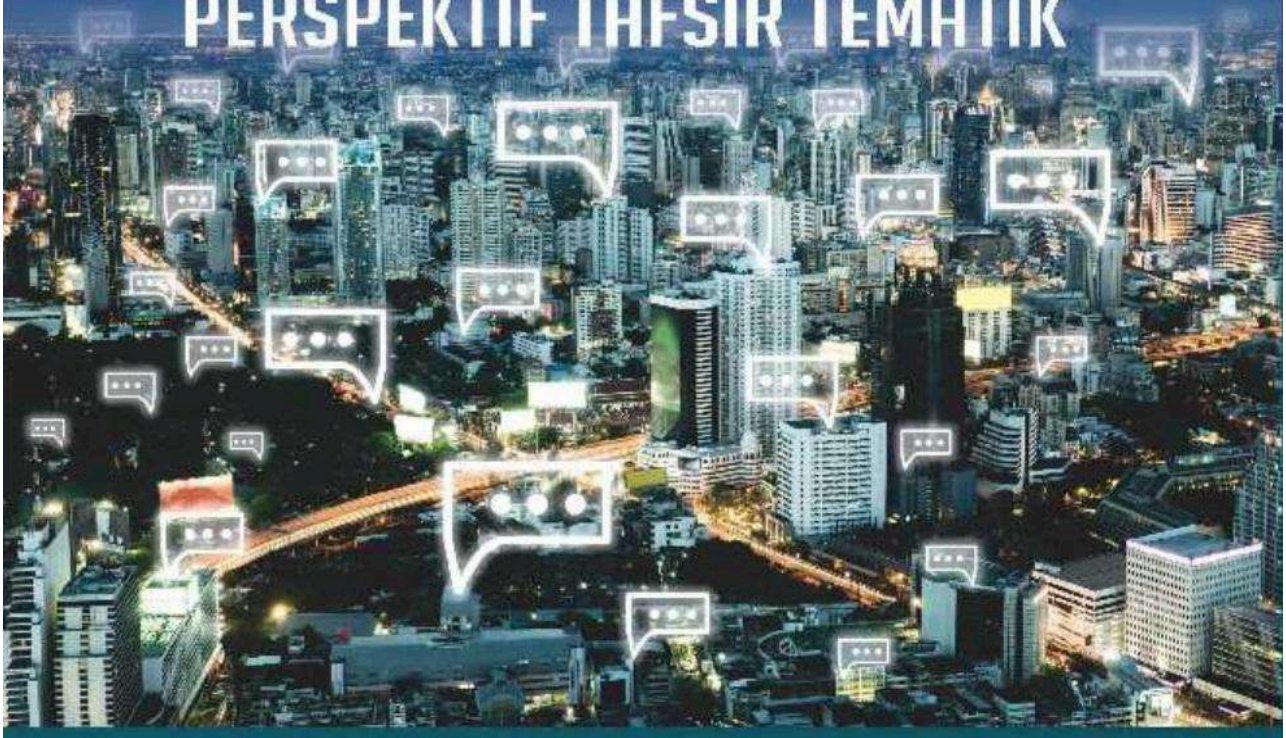
ISU AKTUAL KOMUNIKASI

PERSPEKTIF TAFSIR TEMATIK



Editor
Muhammad Habibi Siregar

Penulis

Indira Fatra Deni P
Fakhrur Rozi
Ahmad Rudi Sihaloho
Hermansyah Putra
Abdul Hafiz Harahap
Amiruddin
Sanusi
Lutfi Basit
Mauludi
Bahtiar
Risna Dewi
Abrar Adhani
Mucklis
T. Alfiady
Mukmin Syaiful

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

Isu Aktual Komunikasi,
Perspektif Tafsir Tematik

Editor
Muhammad Habibi Siregar

Penulis
Indira Fatra Deni P
Fakhrur Rozi
Ahmad Rudi Sihaloho
Hermansyah Putra
Abdul Hafiz Harahap
Amiruddin
Sanusi
Lutfi Basit
Mauludi
Bahtiar
Risna Dewi
Abrar Adhani
Mucklis
T. Alfiady
Mukmin Syaiful

Atap Buku

Isu Aktual Komunikasi, Perspektif Tafsir Tematik
© penulis

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang. All Rights Reserved.
Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit dan Penulis.

Cetakan Pertama, 2019
viii +244 hlm, 17 cm x 24 cm
ISBN: 978-602-53490-1-0

Editor
Muhammad Habibi Siregar

Penulis
Indira fatra deni p
Fakhrur rozi
Ahmad rudi sihaloho
Hermansyah Putra
Abdul hafiz harahap
Amiruddin
Sanusi
Lutfi basit
Mauludi
Bahtiar
Risna dewi
Abrar adhani
Mucklis
T. Alfiady
Mukmin syaiful

Penata Letak & Sampul
Ibnu Teguh W

Diterbitkan oleh
Atap Buku
Jl. Imogiri Barat KM 6,5
Semail RT 01 Bangunharjo, Sewon, Bantul, Yogyakarta
085729572242, 081329361318
Email: atapbuku@gmail.com

SAMBUTAN DIREKTUR PASCASARJANA UIN SUMATERA UTARA MEDAN

Prof Dr. Syukur Kholil, M.A

Komunikasi Islam merupakan salah satu perspektif yang digunakan dalam kajian komunikasi modern. Studi tentang komunikasi dari perspektif Islam dewasa ini semakin giat dilakukan, baik di Negara-negara maju maupun di Negara-negara berkembang. Seperti Hamid Mowlana dari Amerika Syerikat banyak menghasilkan tulisan terkait dengan komunikasi dari perspektif Islam ini, begitu juga Hussein, Rahmah Hashim dan Zulkiple Abdul Ghani dari Malaysia.

Di Indonesia sendiri sudah dibuka program Doktor Komunikasi Islam (S3) di Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UIN SU) Medan sejak tahun 2010. Alumninya sudah lebih dari 30 orang dari berbagai profesi; dosen, politisi, birokrat, polisi, wiraswasta dan sebagainya. Di UIN SU Medan, prokram Doktor Komunikasi Islam termasuk salah satu program studi yang paling diminati oleh calon mahasiswa, bukan hanya dari Provinsi Sumatera Utara, tapi juga dari Provinsi Aceh dan Riau.

Mahasiswa program Doktor Komunikasi Islam Pascasarjana UIN SU melakukan penelitian dalam berbagai bidang; agama, ekonomi, politik, sosial, budaya dan sebagainya, dengan catatan bahwa semua bidang yang diteliti harus ditinjau dari perspektif Islam. Sebahagian hasil penelitian tersebut sudah diterbitkan dalam bentuk buku, dan semuanya dapat dipastikan sudah dipublikasikan dalam berbagai jurnal ilmiah baik yang bertaraf internasional maupun bertaraf nasional. Sebab publikasi berbasis disertasi ini sudah merupakan salah satu syarat bagi mahasiswa yang akan mendaftar ujian promosi doktor.

Selain itu, mahasiswa juga diwajibkan menulis makalah untuk setiap matakuliah yang akan digunakan sebagai bahan diskusi dalam setiap pertemuan tatap muka. Buku ini termasuk kumpulan tugas-tugas mahasiswa program studi Doktor Komunikasi Islam dalam matakuliah Tafsir Tematik Komunikasi Islam angkatan tahun 2018 yang diasuh oleh Dr. Muhammad Habibi Siregar, MA. Isinya terkait dengan kajian-kajian komunikasi kontemporer yang dikaitkan dengan ayat-ayat Alquran. Masalah-masalah yang dikaji cukup heterogen, meliputi media sosial, *hoax*, media era milenia, ujaran kebencian, etika, hingga analisis semiotika. Setiap persoalan dianalisis dengan mengaitkannya dengan masalah kekinian sehingga menarik dan tidak membosankan.

Saya pikir buku ini amat penting dibaca oleh masyarakat khususnya mahasiswa yang tertarik dengan kajian komunikasi Islam. Saya menyambut gembira dan

mengucapkan selamat kepada seluruh kontributor terutama kepada editor yang telah menerbitkan buku ini, semoga dapat mengisi kekurangan dan keterbatasan referensi yang terkait dengan komunikasi Islam terutama yang dikaitkan dengan ayat-ayat Alquran.

Medan, 21 Januari 2019.

dto

Prof. Dr. Syukur Kholil, MA.

Kata Pengantar Editor

Apakah waktu itu berubah, sebagaian besar manusia menganggap waktu itu bergerak dengan percepatan yang sudah tertentu akibat dari perubhan rotasi planet. Sebenarnya hakikat waktu adalah peristiwa artinya tanpa adanya peristiwa maka waktu itupun tiada. Kapan peristiwa itu berlangsung, peristiwa itu berlangsung akibat adanya pergerakan dari elemen-elemen makhluk yang berada di dalamnya. Karena itu diperlukan suatu pemahaman yang jelas terhadap waktu. Karena waktu itu hanyalah sebutan sementara esensi dari waktu itu adalah peristiwa/ peristiwa muncul akibat dari aktivitas yang timbul. Hal perlu digaris bawahi di sini bagaimana caranya untuk membedah masalah waktu itu. Bagi orang-orang tertentu pada dasarnya diri mereka memilki keberkahan waktu yang lebih antara satu dengan lainnya. Karena banyak peristiwa yang melibatkan dirinya terutama yang terkait dengan aktivitas-aktivitas yang bermanfaat. Karena Islam mengajarkan bahwa sebaik-baik manusia adalah mereka yang lebih bermanfaat bagi orang lain.

Dalam menelusuri suatu peristiwa terkadang akal manusia ditantang untuk bisa mencari penyebab suatu itu terjadi karena terkadang suatu peristiwa dipandang hanya sebagai fenomena semata. Suatu persitiwa dilihat dari sudut/*angle* apa yang digunakan artinya semakin komprehensif suatu peristiwa maka semakin bagus. Buku ini berusaha menampilkan isu-isu aktual dalam beberapa pendekatan terutama yang terkait dengan komunikasi berbasis Islam. Selama ini pembahasan isu-isu aktual yang dihadapi masyarakat dalam konteks kekinian kurang memberi akses konektivitas gaya varian komunikasi Islam. Di sinilah diperlukan adanya upaya akademik dalam melakukan pendekatan yang lebih komprehensif dalam memahami isu-isu yang sedang berkembang di dalam masyarakat. Buku ini bisa diasumsikan sebagai salah instrumen dalam membaca fenomena yang terjadi dalam masyarakat dilihat dalam *framing* komunikasi Islam.

Ketika menelusuri kondisi umat Islam dewasa ini, banyak analisis yang berusaha mendiagnosa suatu peristiwa yang terjadi di banyak tempat di muka bumi ini. Secara umum kondisi umat Islam belum optimal di banyak sisi kehidupan baik itu ekonomi, *science*, militer, kemanusiaan apalagi yang terkait dengan persaudaraan. Sentimen klaim kebenaran terhadap pemahaman teologi masih cukup tinggi. Karena ketidak seimbangan dalam memahami pesan normatif akibat dari pemahaman yang parsial sementara itu umat dituntut untuk masuk Islam secara kaffah. Sekarang kalimat kaffah digunakan sebagai alat untuk menjustifikasi suatu tindakan yang terkadang sebenarnya bukan hal itu yang

dimaksud. Munculnya kelompok-kelompok masyarakat di kalangan internal umat Islam yang menerjemahkan makna kaffah dengan mengutamakan makna artifisial bukan substansi yang mengajarkan untuk bertindak sebagai khalifah di muka bumi. Khalifah memiliki makna yang sangat tinggi bukan hanya sebutan penghargaan dari Allah kepada manusia untuk bisa menjadi pemimpin yang bisa mengelolah alam semesta ini. Pengelolaan terhadap alam semesta ini hanya bisa dilakukan kepada orang-orang yang memiliki kesadaran yang tinggi untuk bertindak dalam setiap aktivitasnya. Lihat saja bagaimana Nabi Muhammad SAW memainkan peran penting dalam membentuk suatu kesatuan masyarakat Muslim yang global namun tidak menafikan sisi-sisi primordialisme yang dikemas dengan memberi stimulus dalam penyebaran Islam lebih efektif. Karena digunakan untuk semakin mengikat nilai-nilai kemanusiaan yang bertauhid. Masih banyak lagi usaha yang harus dilakukan untuk bisa memberdayakan kekuatan umat Islam. Satunya-satunya kekuatan umat Islam itu bukan terletak pada sumber daya alam yang mereka diami ataupun atau letak geografis letak mereka tinggal, akan tetapi kekuatan dari mereka adalah ajaran Islam itu sendiri. Fakta telah membuktikan bagaimana peradaban Islam pernah muncul hal tersebut terjadi setelah akumulasi peristiwa dan usaha yang dilakukan oleh umat Islam untuk maju. Kecintaan dalam ilmu pengetahuan hanya dapat dilakukan bagi mereka yang memiliki kesadaran yang tinggi untuk mempelajaria sesuatu. Dewasa ini riset dilakukan lebih banyak didorong oleh kepentingan ekonomi dan militer sangat jarang riset yang dilakukan untuk membaca ayat-ayat Allah yang bukan bentuk tidak tertulis. Bagi orang-oang yang memiliki basis ilmu non-eksak tentunya yang mereka lakukan dengan memanfaatkan hasil teknologi yang sudah umum kemudian dilakukan Analisa terhadapnya. Riset yang dilakukan dalam meneliti masalah cuaca, gemapa, sunami selama ini pendekatan yang dilakukan masih menjadikan *science* itu terpisah dengan nilai-nilai transendental. Padahal bila ada usaha untuk lebih menggabungkan ataupun memasukkan informasi teks naskah yang terdapat di dalamnya akan lebih mempermudah dalam mendeteksi suatu bencana. Dalam teologi Islam masing-masing makluk memiliki fungsi dan kedudukan tersendiri yang mengikuti apa yang telah dipolakan terhadapnya. Artinya setiap makhluk bukan tidak memiliki peran semua memilikinya yang disesuaikan dengan kondisi dan kedudukan mereka di depan Allah.

Mudah-mudahan buku yang berjudul "*Isu Aktual Komunikasi, Perspektif Tafsir Tematik*" dapat memberikan kontribusi akademik yang positif terutama dalam memberi warna komunikasi Islam.

Editor

Dr. Muhammad Habibi Siregar, MA

DAFTAR ISI

Sambutan Direktur Pascasarjana UIN Sumatera Utara Medan
Prof Dr. Syukur Kholil, M.A iii

Kata Pengantar Editor
Muhammad Habibi Siregar v

Genealogi *Hoax* di Dunia Islam
Indira Fatra Deni P 1

Kalimat Thoyyibah dalam Desain Pesan *Clickbait*
Fakhrur Rozi 13

Hate Speech dalam Perspektik Komunikasi Islam
Ahmad Rudi Sihaloho 31

'Kecebong dan Kampret' dalam Komunikasi Cyber Space Politik Indonesia: Upaya Mencairkan Ketegangan
Hermansyah Putra 45

Ritualitas Media Generasi Milenial
Abdul Hafiz Harahap *65*

Media Elektronik dan Kecenderungan Anak dalam Berexplorasi
Amiruddin 77

Konsep Etika Komunikasi menurut Alqur'an
Sanusi *89*

Opinion Leader Dalam Perspektif Barat dan Islam
Lutfi Basit *99*

Penerapan Pola Komunikasi Islam Dalam Pengembangan Modal Sosial Berbasis Al Quran
Mauludi *121*

Semiotika Pesan Poligami
Bahtiar *139*

Komunikasi Pembangunan Pedesaan Berbasis Kemandirian Lokal
Risna Dewi *149*

Komunikasi Perspektif Hadis
Abrar Adhani 163

Perkembangan Perdagangan Elektronik (*e-commerce*) dalam Perspektif Komunikasi Islam
Mucklis 185

Penanggulangan Kemiskinan Perspektif Komunikasi Islam
T. Alfiady 201

Urgensi Komunikasi Islam dalam Konstruksi Budaya Masyarakat Era Globalisasi
Mukmin Syaiful 223

Biodata Editor 244

GENEALOGI *HOAX* DI DUNIA ISLAM

Indira Fatra Deni P[1]

Dosen Tetap Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial UIN Sumatera Utara Medan

A. Genealogi: Sebuah Pengantar

Michel Foucault lahir di Poiters, Prancis pada tahun 1926. keluarga beliau beragama Katholik yang taat dan ayahnya adalah seorang ahli bedah dalam dunia kedokteran[2]. Genealogi adalah studi tentang evolusi dan jaringan dari sekelompok orang sepanjang beberapa generasi. dalam foucauldian geneologi adalah sejarah yang ditulis dalam terang penglihatan dan kepedulian masa kini.[3] Jika dikaitkan dengan kondisi zaman sekarang yang mengaitkan sejarah dan dinamika *hoax* di masa nabi, sahabat sampai dengan zaman pertengahan, maka dapat dilihat rentetan kisah sejarah yang tampak dan dinamika itu hampir sama dilakukan pada masa lalu dan masa sekarang. Bagaimana *hoax* menjadi momok yang sangat menakutkan bagi sekelompok orang dengan dalih kepentingan.

Genealogi yang dimaksud dalam tulisan ini tidak harus bersambung didalam setiap kasus, namun peristiwa yang berbeda yang berlainan waktu yang kemudian secara substansi hamper sama fenomena yang terjadi. Dimana kasus *hoax* berlaku di setiap masa di zaman Islam. Terlebih sekarang kita melihat genealogi itu ada di Indonesia. Dan mengakibatkan dampak buruk bagi Negara kesatuan Indonesia. Walaupun di zaman nabi belum terkenal istilah *hoax* namun istilah *hoax* ini dapat diidentifikasikan dengan istilah fitnah, bahaya *hoax* dan fitnah merupakan musuh yang sangat normatif menghancurkan suatu kelompok dan golongan yang secara masif menjadi merusak persatuan dan kesatuan.

Perkembangan *hoax* tidak hanya dirasakan dizaman sekarang namun juga sudah terjadi jauh massa sebelumnya. Dengan dalih kecemburuan sosial, kepentingan politik dan kekuasaan perbuatan *hoax* merebak seperti virus yang disiarkan melalui media, dan media sosial menjadi bentuk yang paling mudah sebagai penyalir *hoax*. Oleh karena itu perlu dilakukan literasi media agar *hoax* tidak sampai meruntuhkan persatuan dan kesatuan khususnya di Indonesia.

---

1 Mahasiswa Program Doktor Komunikasi Penyiaran Islam Pascasarjana UIN Sumatera Utara Medan

2 Malcolm Waters, Modern Sociological Theory (London Thousand Oaks, dan New Delhi: Sage Publications, 1994), 230.

3 Yudi latif, intelegensia muslim dan kuasa, genealogi intelegensia muslim Indonesia abad-20, bandung : mizan, 2005. Hal. 7

B. *Hoax*

Hoax adalah berita bohong, yang dapat juga dituliskan dengan istilah hoaks. *Hoax* terus berkembang ditengah masyarakat khususnya dalam memfitnah dan membuat kerugian baik perorangan maupun lembaga institusi. *Hoax* merupakan senjata yang sangat berbahaya dikalangan masyarakat yang selalu bersentuhan dengan public. *Hoax* selalu menggunakan media dalam melancarkan aksi kejinya. Tanpa disadari *hoax* mampu menggiring pemikiran masyarakat dalam menentukan sikap, baik politik, ekonomi sosial dan budaya. Oleh karena itu masyarakat harus cerdas dalam menerima segala berita yang disajikan baik berupa cetak maupun elektronik. Sehingga masyarakat tidak mudah terkena virus *hoax*.

Istilah *hoax* dewasa ini merupakan hal yang sangat signifikan dikaji oleh beberapa para ahli khususnya bidang komunikasi. Perkembangan zaman dengan memanfaatkan media teknologi merupakan titik awal penyebaran *hoax* yang sangat efektif. Dengan dalih keuntungan dan kepentingan para hoaker dengan sengaja memberikan berita bohong secara masif. *Hoax* juga dikomodifikasi oleh produsennya sebagai cara yang efektif dalam mengelabui khalayak. *Hoax* merupakan imbas dari perilaku mekanis sebagai konsekuensi (Tinggi, Islam, & Stain, n.d.)

Media sosial merupakan wadah yang sangat banyak digunakan para produksi *hoax* dalam menyebarkan berita *hoax*-nya. Twitter, sebagai layanan *micro-blogging* adalah salah satu alat yang efektif menyebarkan berita dari orang ke orang dalam kecepatan yang sebanding dengan media massa konvensional (Situngkir, 2011) Karena tanpa disadari informasi itu dapat secara langsung diterima oleh masyarakat tanpa ada filter. Oleh karena itu perlu dilakukan literasi media sebagai cara yang paling tepat memilah dan memilih apakah berita itu benar atau tidak. Namun, masyarakat pada umumnya jarang sekali melakukan literasi media. kebiasannya masyarakat selalu secara mentah-mentah menerima kabar ataupun informasi di media sosial tanpa cek kebenaran terlebih dahulu. Kebiasaan ini merupakan hal yang berbahaya jika terus menerus dilakukan, karena jika berita *hoax* itu diterima terus menerus oleh masyarakat maka dapat dipastikan bahwa jika kabar dan informasi yang benar diberitahukan masyarakat tidak akan percaya terhadap kebenaran itu, karena begitu banyaknya kebohongan yang sudah menutup kebenaran itu. Perkembangan media komunikasi dapat memudahkan menyebarnya berita *hoax* (Afrilia, Triana, & Alumni, 2018).

B. Hoax Dalam Studi Komunikasi Islam

Berbagai diskursus dilakukan oleh banyak para ahli dalam kajian *hoax*. Perkembangan teknologi komunikasi sebagai tanda perkembangan zaman terkadang disalah gunakan oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab. Dengan memberikan berita palsu atau tidak benar para komunikator seakan tidak menyadari bahwa yang dilakukannya adalah berbahaya. Bahkan terkadang

memberikan berita bohong dengan unsur sengaja. Melakukan komoditas terhadap berita bohong merupakan cara mereka mengambil keuntungan. Apakah keuntungan secara pribadi maupun kelompok.

Globalisasi informasi didalam teknologi media merupakan salah satu kekuatan yang sedang berkembang dewasa ini. Kehadirannya telah mempengaruhi berbagai aspek kehidupan seperti politik, ekonomi, budaya, militer, dan sebagainya. Kebijakan-kebijakan dan peraturan-peraturan yang berjalan di dunia internasional tentu-nya tidak terlepas dari adanya peran teknologi media global. Persoalan yang menarik untuk dibahas bagaimana masyarakat dalam menghadapi persoalan globalisasi tersebut. Peran apa yang dimainkan oleh masyarakat dalam percaturan era globalisasi, serta upaya apa yang mesti dilakukan agar masyarakat dapat berperan secara signifikan dalam globalisasi. Pengenalan dengan teknologi ini membawa perubahan dan perkembangan bagi masyarakat terutama dalam pengembangan ilmu pengetahuan. Implikasi perkembangan teknologi dirasuki dengan kesalahan yang memanfaatkan media online dengan menggunakan aplikasi twitter sebagai penyebar *hoax* (Situngkir, 2011).

Indonesia yang merupakan negara yang dipenuhi oleh pluralitas agama, suku dan ras juga tidak luput dari berita *hoax*. Wacana *hoax* dikembangkan oleh beberapa orang yang memiliki kepentingan pribadi seperti para hoaker ingin memecah belah negara yang heterogen dengan memanfaatkan perbedaan tersebut. Disinilah perlunya ada perhatian khusus pemerintah untuk mengklarifikasi mana berita *hoax* dan benar sehingga masyarakat tidak teradudomba oleh orang yang sengaja melakukannya. Terkadang dengan isu agama agar sesama pemeluk agama merasa ada gesekan secara fundamental yang berujung pada pertikaian dan kehancuran, kemudian masyarakat yang terlalu konsumtif terhadap berita tanpa melakukan pengecekan terhadap berita tersebut sehingga mudah bagi para hoaker untuk mengendalikan emosi masyarakat yang mengakibatkan perpecahan. Begitu juga dengan isu budaya dengan memberikan sejarah-sejarah budaya yang membuat pecahnya persatuan dan kesatuan bangsa Indonesia.

Lazafield dan Merton menyatakan bahwa pada umumnya seseorang tidak akan merasa puas hanya dengan satu media saja. Seseorang yang ingin lebih mengetahui informasi yang telah disiarkan di radio dan televisi akan mencari informasi lebih lanjut lagi dibuku atau majalah.[4] Ini menandakan bahwa banyaknya jumlah kebutuhan masyarakat terhadap informasi secara global yang telah mempengaruhi pola pikiran dan perbuatan mereka.

Manusia merupakan agen budaya, budaya disimpulkan sebagai hasil karya, karsa dan cipta manusia yang sangat agung. Banyak kita lihat manusia bahkan meng-

[4] William l. Rivers, Jey w. Jansen, *Media Massa Dan Masyarakat Modern, Edisi Kedua*, (Jakarta Timur, Prenada Media:2003). hal. 307

kultuskan budaya tersebut dengan sikap dan perannya masing-masing. Budaya tidak hanya bicara dalam tatanan produk yang secara konkrit bisa dilihat dan diraba, namun budaya juga dapat dirasakan dan dinikmati secara abstak, misalkan ide atau gagasan yang hanya bisa kita nikmati dengan abstark kecuali ide itu diaplikasikan dan diterjemahkan secara kongkrit. Budaya dapat dipengaruhi oleh terpaan media yang secara langsung menyentuh person. Yang menjadi persoalan adalah jika informasi yang diterima seseorang itu adalah kabar bohong atau *hoax*. Sehingga dampak yang ditimbulkan oleh berita *hoax* tersebut sangat berbahaya yang bahkan mampu menjadi pemecah suatu agama, bangsa dan negara.

Manusia harus berfikir cerdas dan bijak dalam menggunakan media sebagai fasilitas kehidupan. Teknologi komunikasi dan informasi membawa dampak yang sangat signifikan dalam kehidupan manusia, mulai dari bersikap, berperilaku dan mengambil keputusan. Tidak jarang dilihat di zaman sekarang manusia meletakkan teknologi sebagai penentu pilihan dan pengambilan keputusan. Meletakkan teknologi sebagai bagian kehidupan harusnya didasari oleh norma kehidupan yang menjadi dasar utama manusia, misalkan norma agama, norma budaya dan adat istiadat lainnya yang sudah menjadi kesepakatan manusia sebelum mereka mengenal teknologi

Kemajuan teknologi dengan memanfaatkan media sosial sebagai wadah baru dalam menjalankan aksi *hoax* merupakan hal yang sangat sering kita jumpai. Tidak jarang pelaku *hoax* memberitakan kabar palsu yang disiarkan melalui media sosial, baik itu facebook, instagram, whatsaap dan lainnya. Kesempatan pelaku *hoax* dengan menggunakan media sosial adalah metode yang paling mudah dijangkau oleh komunikannya. Karena seluruh mayarakat dari berbagai lapisan tanpa ada penyaringnya dapat langsung mengakses berita tersebut. Dengan mudahnya kabar *hoax* disiarkan maka secara otomatis pandangan berita benar dan tidak benar akan sulit dilihat, karena semua orang secara subjektif memberi nilai pada objek tersebut secara parsial yang dipengaruhi oleh penerima secara langsung. Jika dari awal sikap komunikan itu sudah mengarah ke suatu nilai maka berita *hoax* akan mudah diterima oleh pembacanya. Dalam hal ini dapat kita lihat dalam firman Allah bagaimana seharusnya kita menerima kabar dari seseorang, apakah kabar itu *hoax* atau benar, :

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ إِن جَآءَكُمۡ فَاسِقُۢ بِنَبَإٖ فَتَبَيَّنُوٓاْ أَن تُصِيبُواْ قَوۡمَۢا بِجَهَٰلَةٖ فَتُصۡبِحُواْ عَلَىٰ مَا فَعَلۡتُمۡ نَٰدِمِينَ ٦

"Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu"

Di dalam hadis Nabi Muhammad Saw juga disinggung bagaimana bahaya *hoax* terjadi dan membuat kerusakan, *hoax* identik dengan fitnah, disebutkan dalam hadis Schram berpendapat bahwa esensi dari komunikasi adalah terutama dalam pengertian pesan, sehingga antar penerima dan pengirim dapat mengartikan hal yang sama terhadap suatu pesan.[5] Komunikasi secara umum dapat diartikan sebagai sebuah proses penyampaian pesan dari seorang komunikator kepada komunikan melalui saluran yang menimbulkan efek, dalam artian seluruh pesan apapun tanpa melihat pesan itu berguna atau tidak yang penting pesan sampai dan menimbulkan pengaruh. Weaver (1949) menyatakan, komunikasi adalah seluruh prosedur melalui pikiran, dimana seseorang dapat mempengaruhi pikiran orang lain.[6] Berbeda jika kita menelaah lebih jauh tentang komunikasi Islam yang lebih melihat cara penyampaian dan isi pesan yang disampaikan kepada komunikannya harus sesuai dengan Alquran dan hadis. Kemudian dalam proses komunikasi Islam itu diharapkan kepada komunikannya dapat berubah menjadi manusia yang lebih baik. Ini sejalan dengan firman Allah Swt Q.S : Ali Imran/3 :104

وَلْتَكُن مِّنكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى ٱلْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِٱلْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ ٱلْمُنكَرِ ۚ وَأُو۟لَٰٓئِكَ هُمُ ٱلْمُفْلِحُونَ

"Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma´ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung"

Dalam kajian komunikasi Islam Prof. Syukur Khalil menuliskan beberapa etika berkomunikasi nya antara lain :

1) **Bersifat jujur** (*fairness*) yaitu tidak menyampaikan hal-hal yang tidak diketahui, adil dan tidak memihak, tidak bertentangan antara ucapan dan perbuatan, serta mempertimbangkan kewajaran dan kelayakan suatau informasi yang disampaikan atau yang disiarkan.
2) **Keakuratan informasi** yaitu hendaklah informasi yang disampaikan benar-benar akurat, terlebih di teliti secara termat dan seksama. Komunikan harus senantiasa bersikap teliti dan hati-hati dalam menerima informasi
3) **Bebas dan bertanggung jawab** yaitu dalam komunikasi yang islami, komunikator mempunyai kebebasan ataupun isyarat. Namun komunikator tidak dapat memaksakan kehendaknya kepada komunikan untuk menerimanya kendatipun informasi yang disampaikan mengandung nilai-nilai kebenaran. Tetapi kebebasan yang diberikan untuk menerima dan menyebarkan informasi

[5] J.E. Wahyudi, *Media Komunikasi Massa Televisi* (Bandung: Alumni, 1986), h. 36.
[6] Marheni Fajar, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, h. 31-32.

haruslah dibarengi dengan rasa tanggung jawab baik isi maupun cara penyampaiannya untuk kemaslahatan ummat manusia.

4) **Kritik yang membangun** yaitu informasi yang diberikan hendaklah yang bersifat membangun sehingga dapat dijadikan sebagai ajuan atau pedoman bagi komunikator sebagai penyampai pesan maupun bagi komunikan sebagai penerima pesan untuk dijadikan materi perbaikan masa depan serta data. Kemudian pula dijadikan sebagai introfeksi diri agar tidak terulang kembali perbuatan yang salah dimasa mendatang.

C. *Hoax* di dunia Islam

1. Zaman Nabi Muhammad saw

Ada beberapa contoh kasus *hoax* yang terjadi di zaman Rasulullah saw namun disini dituliskan beberapa diantaranya Sejak zaman Nabi Adam cikal bakal *hoax* juga sudah dipratikkan oleh manusia, berawal dari berita bohong yang disampaikan syetan kepada adam yang mengakibatkan adam harus keluar dari surga. Bujuk rayu syetan yang manis dan memutarbalikkan fakta seakan berita itu benar Nabi Adam termakan kabar salah dan ahirnya mengikuti bujuk rayuan setan, dan kisah ini menjadi history awal *hoax* menyentuh manusia.

Pada masa Rasulullah *hoax* juga dijadikan orang kafir untuk melawan Islam, sehingga fenomena *hoax* juga dirasakan Nabi Muhammad saw dalam proses dakwahnya pada kasus misalkan, ketika Al-Walid bin Uqbah bin Abu Mu'ith diperintahkan Rasulullah kepada Bani Musthaliq untuk mengambil zakat, ke Bani Musthaliq. Bani Musthaliq merupakan musuh dari keluaraga Al-walid pada masa jahiliyah. Dendam antara kedua kabilah ini merupakan faktor penting terhadap informasi *hoax* yang disampaikan Al-Walid kepada Rasulullah. Setelah Al-Walid berangkat mengambil zakat, sebelum sampai di Kafilah Bani Mushtaliq, perasaan dendam yang masih ada pada diri Al-Walid selalu menghantui di sepanjang jalan perjalanan. Ketika Al-Walid masuk diperkampungan seorang Bani Musthalik memberikan informasi kepada seluruh penduduk bahwa utusan nabi sudah datang untuk mengambil zakat, berselang waktu yang tidak begitu lama warga Bani Mushtaliq langsung berkumpul dengan membawa harta benda mereka untuk dizakatkan. Namun karena perasaan negatif seorang walid kepada bani musthaliq menjadi latar belakang yang sangat dominan membuat penilaian berbeda terhadap kehadiran Bani Mushtaliq dengan mengartikan bahwa berkumpulnya warga bani mushtaliq adalah perlawanan mereka terhadap Al-Walid. Tanpa melakukan dialog Al-Walid langsung balik kehadapan Rasulullah dengan membawa kabar bahwa suku bani mushtaliq sudah murtad, mereka ingin melakukan perlawanan kepada seruan nabi yang meminta zakat.

Akhirnya Rasulullah mengambil langkah dengan mengirimkan surat langsung kepada Bani Musthaliq tentang kewajiban berzakat. Tanpa waktu lama Bani Musthaliq membalass surat Rasulullah bahwa informasi yang diberikan al-walid kepada Rasulullah adalah bohong. Kepala suku Bani Mushtaliq sebenarnya menyambut baik kehadiran utusa rasul untuk memngumpulkan zakat. ("aysar-attfaseer.pdf," n.d.). menurut beberapa tafsir seperti al-Imam Ibnu Asyur di dalam tafsirnya, melihat situasi itu, al-Walid mengira, suku Bani Musthaliq ingin membunuhnya. Tanpa konfirmasi ke suku Bani Musthaliq dia langsung meninggalkan wilayah tersebut (al-Tahrir wa al-Tanwir Jilid 10/228). ("Thtn10.Pdf," n.d.). dari beberapa sumber mengaitkan kisah ini dengan sebat turunnya ayat alquran surat Al-Hujarat ayat 6[7] :

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ إِن جَآءَكُمۡ فَاسِقُۢ بِنَبَإٖ فَتَبَيَّنُوٓاْ أَن تُصِيبُواْ قَوۡمَۢا بِجَهَٰلَةٖ فَتُصۡبِحُواْ عَلَىٰ مَا فَعَلۡتُمۡ نَٰدِمِينَ ٦

6. Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu"[8]

Kemudian selanjutnya kasus *hoax* juga sempat menimpa istri Rasulullah di dalam Tafsir Ibnu Katsir[9] ("Tafsir Ibnu Katsir 6.1.pdf," n.d.) saat menafsirkan Alquran, surat An-Nur ayat 11 Siti Aisyah RA, pernah menjadi korban berita *hoax* yang sempat menjadi ujian internal keluarga Rasulullah. Di dalam alquran An-nur 11

إِنَّ ٱلَّذِينَ جَآءُو بِٱلۡإِفۡكِ عُصۡبَةٞ مِّنكُمۡۚ لَا تَحۡسَبُوهُ شَرّٗا لَّكُمۖ بَلۡ هُوَ خَيۡرٞ لَّكُمۡۚ لِكُلِّ ٱمۡرِيٕٖ مِّنۡهُم مَّا ٱكۡتَسَبَ مِنَ ٱلۡإِثۡمِۚ وَٱلَّذِي تَوَلَّىٰ كِبۡرَهُۥ مِنۡهُمۡ لَهُۥ عَذَابٌ عَظِيمٞ ١١

11. Sesungguhnya orang-orang yang membawa berita bohong itu adalah dari golongan kamu juga. Janganlah kamu kira bahwa berita bohong itu buruk bagi kamu bahkan ia adalah baik bagi kamu. Tiap-tiap seseorang dari mereka mendapat balasan dari dosa yang dikerjakannya. Dan siapa di antara mereka yang mengambil bahagian yang terbesar dalam penyiaran berita bohong itu baginya azab yang besar"[10]

---

7 Ath-Thabari, Jâmi' al-Bayân 'an Ta'wîl Ayy al-Qu'ân, Dâr al-Fikr, Beirut, 1405, juz XXVI, hlm. 123-124

8 *Alqur'an dan Terjemahnya*.

9 Abdullah Bin Muhammad, *Terjemahan Lubaabut Tafsiir Min Ibni Katsiir Jilid 6*, (Bogor : Pustaka Imam Syafi'i, 2004) h. 15

10 *Alqur'an dan Terjemahnya*

Diceritakan di dalam kitab tafsir Ibnu Katsir bahwa tuduhan terhadap *ummul mukminin* melakukan perselingkuhan dengan Safwan Ibnul Mu'attal Az-Zakwani. Pada saat itu seperti biasanya Rasulullah mengundi para istrinya sebagai pendamping dalam melakukan peperangan. Selanjutnya Aisyah ra yang terpilih sebagai pendamping nabi dalam peperangan. Setelah peperangan selesai dan rasulullah bersama pasukan umat muslim kembali dipertengahan jalan pulang mereka istirahat sejenak. Tanpa diketahui para sahabat yang ada disana Aisyah turun dari pandu pasukan untuk membuang air. Kemudian setelah kembali didapatinya bahwa kalungnya tidak ada di dadanya dan ia pun kembali ke tempat dimana beliau buang air tersebut. Karena terlalu lama mencari kalungnya rombongan pasukan melanjutkan perjalanan tanpa membawa Aisyah. Pasukan yang membawa Aisyah tidak mengetahui kalau beliau tidak ada di dalam tandu. Akhirnya Aisyah tertinggal dan tertidur di tempat peristirahatan semula. Kemudian seorang Safwan Ibnu Mu'attal Az-Zakwani yang tertinggal dibelakang pasukan lewat dan mendapati istri Rasulullah itu tertidur yang kemudian membawa *ummulmukminin* itu pulang. Kisah ini menjadi senjata bagi musuh Islam dalam menyebar berita *hoax*. Aisyah dikatan sebagai wanita buruk dan menjadi pembicaraan warga madinah saat itu. Kabar *hoax* ini menjadikan Sikap Rasulullah yang sangat dingin pada aisyah. Aisyah pun merasakan perbedaan sikap Rasulullah selama sebulan yang jauh dari biasanya. Setelah dicari tahu maka Aisyah sedih sejadi-jadinya dan dituliskan di dalam beberapa literatur bahwa Aisyah sepanjang malam menangis tanpa henti dan tidak tidur merassakan kesedihan karena informasi tersebut. Akhirnya Allah swt menurunkan ayat Alquran surat An-Nur ayat 11 sebagai pembelaan dan jawaban dalam kasus ini.

Kisah *hoax* di atas menunjukkan bahaya yang sangat besar yang diakibatkan berita *hoax*. Jika dikaitkan dengan kondisi negeri saat ini yang memanfaatkan berbagai media informasi dalam menyebarkan berita *hoax*. Oleh karena itu perlu adanya pembinaan khusus dalam menyikapi kabar berita yang sebenarnya belum tentu benar seperti literasi media. Perpecahan yang dirasakan bangsa saat ini juga dipengaruhi oleh peran berita dan kabar *hoax* membuat masyarakat bingung atau bahkkan tersesat dengan informasi tersebut. Literasi media merupakan salah satu solusi yang harus dilakukan oleh umat. Karena kepentingan pribadi dan golongan semata para hoaker melakukan perbuatannya dan perbuatannya itu mampu menjadi pemecah persatuan dan kesatuan diantara warga dan negara seperti yang dihadapi umat Islam saat kabar *hoax* Aisyah disebar.

2. Zaman Sahabat

Beberapa sejarah penting yang harus diketahui seluruh umat Islam di dunia tanpa terkecuali adalah bahaya fitnah dan budaya *hoax* terus berkembang seperti sudah membudidaya di kalangan manusia modern. Padahal jauh sebelum kita dilahirkan

kasus yang menimpa para sahabat Rasulullah sudah seharusnya menjadi pelajaran dan renungan yang sangat berharga demi tegaknya Islam *rahmatanlilalamin*. Banyak hal yang dapat kita lihat bagaimana para sahabat Rasulullah berjuang keras dalam menyebarkan syiar dakwah Islam ke penjuru dunia. Namun tidak dapat dipungkiri *hoax* menjadi penghalang besar dalam perjuangan itu.

Setelah wafatnya Rasulullah, umat Islam terus diuji baik dari internal Islam maupun eksternal. Salah satu ujian yang menimpa para sahabat adalah ujaran *hoax*, berita tidak benar yang mengakibatkan kondisi stabilitas politik dan peradaban umat Islam menjadi terganggu. Misalnya mulanya Rasulullah meninggal dunia para sahabat sudah harus berdebat table dalam menentukan siapa penerus nabi Muhammad saw. Saqifah Bani Sa'idah menjadi tempat bersejarah dalam menentukan generasi penerus pemimpin umat Islam selanjutnya. Abu bakar Assiddiq menunjuk Umar dan Abu Ubaidah menjadi penerus nabi namun dengan sigap dan baik mereka berdua menolak dan menyerahkan tampuk kekhalifahan umat Islam kepada Abu Bakar Assiddiq, dengan berbagai alasan dan salah satunya adalah bahwa Rasulullah pernah menunjuk Abu Bakar menjadi pengganti nabi menjadi imam pada shalat berjamaah. Sejarah itu menunjukkan bahwa Rasulullah percaya kepada Abu Bakar dalam menjadi nahkoda umat Islam pada saat itu.

Pada kesempatan ini penulis hanya memberikan satu contoh kasus *hoax* yang menyebabkan terbunuhnya satu sahabat Rasulullah yaitu utsman bin affan. Kalau kita lihat sejarah dari keempat sahabat nabi yang diberi gelar Khulafahurrasyidin memiliki ujian dan cobaan masing masing dan menariknya ditelusuri sebagai kajian keilmuan mengapa para sahabat menjadi korban pembunuhan oleh orang yang punya kepentingan lainnya walaupun satu sahabat nabi meninggal karena sakit, tetapi tiga diantaranya seperti Utsman, Umar dan Ali meninggal dunia akibat korban pembunuhan. Ketiga sahabat nabi itu meninggal secara tragis akibat kabar yang salah dan sesat atau dalam istilah sekarang disebutkan dengan istilah *hoax*.

Hoax berkembang di zaman sahabat salah satunya adalah bagaimana terbunuhnya Ustman bin Affan sebagai korban *hoax* yang keji. Semua kebijakan sahabat nabi Ustman bin Affan dianggap salah dan diselewengkan oleh orang yang tidak suka terhadap Utsman menjadi senjata pemberontak untuk membunuh Utsman bin Affan. Enam tahun pertama pemerintahan Utsman menjadi sejarah kemajuan kekhalifahan umat Islam kemudian setelah itu dengan mengeluarkan beberapa kebijakan yang dianggap sebahagian umat adalah kebijakan yang salah, dan pemberontak itu dengan kejinya membunuh Ustman disaat sedang membaca Alquran, diantara tuduhan kebijakan yang diangggap salah oleh pemberontak oleh Utsman bin Affan adalah :

1) Mengangkat para pejabat dari golongan keluarga dekat

Khalifah Ustman bin Affan mengambil langkah resufle dalam dalam kabinet kekhalifahan dengan memasukkan anggota keluarga beliau sebagai pemangku jabatan strategis dalam pemerintahan bukan hanya didasarkan oleh nepotisme

belaka, namun beliau lebih melihat usia produktif yang dianggap lebih cakap dan mampu menjalankan sistem pemerintahan yang lebih baik. Namun kebijakan ini menjadi isu *hoax* oleh pembrontak bahwa sahabat telah melakukan kesalahan dengan melakukan nepotisme yang tidak berdasar yang mengakibatkan 600 umat Islam melakukan pemberontakn dengan mengepung 40 hari rumah Utsman bin Affan dan melakukan pembunuhan.

2) Mengumpulkan Alquran menjadi satu mushaf

Sikap utsman dalam mengumpulkan mushaf alquran dan membukukannya adalah antisipasi khalifah saat itu dikalangan umat Islam memiliki perbedaan dalam membaca alquran. Tujuan khalifah membukukannya adalah agar mempermudah umat setelah nya untuk mencari dan membaca Alquran bagi umat selanjutnya. Pembukuan alquran memang tidak dilakukan oleh Rasulullah karena umat Islam pada saat itu dapat bertanya langsung kepada nabi. Namun disangsikan setelah nabi meninggal alquran dapat tercampur dengan hadis.

3) Tidak ikut dalam perang badar dan perang uhud

Ketiga tuduhan besar ini disematkan kepada Khalifah Utsman sebagai kesalahan besar yang dilakukannya dan menyebabkan pemberontak membunuhnya. Kisah ini menjadi tolak ukur kita sebagai umat Islam untuk lebih kepada *tabayyun* atau *chek recheck* terhadap informasi yang diterima. Apalagi persoalan kebijakan yang berhubungan langsung kepada kemaslahatan manusia. Jika kita menelaah dari kasus di atas atas kebijakan yang dilakukan utsman pada saat itu seharusnya para pemberontak melakukan konfirmasi langsung kepada khalifah dengan pertanyaan mendasar seperti, mengapa khalifah membuat kebijakan seperti itu? Pasti kebijakan ini dilakukan atas dasar dan pertimbangan yang telah jauh dipikirkan beliau, apalagi kebijakan ini menyangkut hajat orang banyak. Jika saja Ustman diberikan kesempatan untuk menjelaskan keputusan ini maka dimungkinkan pemberontak akan mengundurkan niatnya menentang pemerintahan Utsman bin Affan. Namun berbeda jika kasus ini dikaitkan dengan niat politik untuk mengambil alih kekuasaan dari tangan Khalifah Utsman bin Affan.

Daftar Pustaka

Afrilia, S., Triana, R., & Alumni, S. R. (2018). Pandangan Alquran Terhadap Realitas *Hoax*. *Al-Tadabbur: Jurnal Ilmu Alquran Dan Tafsir*, *3*(1), 11–19.

aysar-attfaseer.pdf. (n.d.).

Situngkir, H. (2011). Spread of *Hoax* in Social Media. *Ssrn*, (30674). https://doi.org/10.2139/ssrn.1831202

Tafsir Ibnu Katsir 6.1.pdf. (n.d.).

Thtn10.Pdf. (n.d.).

Tinggi, S., Islam, A., & Stain, N. (n.d.). ETIKA KOMUNIKASI ISLAM DALAM MEMBENDUNG INFORMASI *Hoax* DI RANAH PUBLIK MAYA Ratna Istriyani dan Nur Huda Widiana A . Pendahuluan masyarakat . Salah satunya pada aspek informasi dan komunikasi yang batas-batas geografis . Mc Luhan menyebutnya sebagai Globa, 288–315.

Malcolm Waters, Modern Sociological Theory (London Thousand Oaks, dan New Delhi: Sage Publications, 1994),

Yudi latif, intelegensia muslim dan kuasa, genealogi intelegensia muslim Indonesia abad-20, bandung : mizan, 2005.

William l. Rivers, Jey w. Jansen, *Media Massa Dan Masyarakat Modern, Edisi Kedua*, (Jakarta Timur, Prenada Media:2003).

J.E. Wahyudi, *Media Komunikasi Massa Televisi* (Bandung: Alumni, 1986),

Marheni Fajar, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*,

Ath-Thabari, Jâmi' al-Bayân 'an Ta'wîl Ayy al-Qu'ân, Dâr al-Fikr, Beirut, 1405, juz XXVI,

BIODATA PENULIS

Nama	: **Indira Fatra Deni.Perangin-angin S. Sos I, MA**
Tempat tanggal lahir	: Sei Buaya 24 Juni 1986
Alamat	: Jln Belat no 142 Pancing, Medan
Pekerjaan	: Dosen Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
No HP	: 0812-6013-3346
Agama	: Islam
Jenjang pendidikan	:
SD	: SDN 102000 Silinda, Deli Serdang tamat tahun 1998
SLTP	: MTsS Alwasliyah Bangun Purba, Deli Serdang tamat tahun 2001
SLTA	: MAS Alwasliyah Petumbukan, Deli Serdang tamat tahun 2004
Perguruan Tinggi	: Fakultas Dakwah Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam IAIN Su Medan (tamat tahun 2009)
	: Pascasarjana IAINSU Medan (tamat 2013)
Jenjang Organisasi	: Ketua HMJ-KPI IAIN Su Medan (2006-2008)
	: Wakil Sekretaris Umum UKOMI IAIN Su Medan (2008-2009)
	: Wabendum BADKO HMI SUMUT 2010-2012
Karya Penelitian	: Analisis Kelebihan dan Kelemahan Tabloid Dinamika IAIN SU
	: Efektivitas Pengguna Alat Komunikasi Handphone dalam komunikasi antar pribadi dikalangan mahasiswa fakultas dakwah IAINSU Medan
	: Kolumnis Dakwah Humanis (Buku)
	: Gender didunia Islam (jurnal)
	: Profil Dai Kota Medan (penelitian)
	: Evektifitas Alumni PMI UINSU dalam peningkatan pengamalan keagamaan di kabupaten Langkat Sumatera Utara (penelitian)
	: Kampus, Alumni Dan Pembangunan Spritual Masyarakat (Alumni PMI UINSU Di Kabupaten Langkat)
	: Pengaruh Globalisasi Informasi Terhadap Budaya Lokal (Jurnal)
	: Komunikasi Pulisitas dalam Komunikasi Massa (Jurnal)

KALIMAT *THOYYIBAH* DALAM DESAIN PESAN *CLICKBAIT*

Fakhrur Rozi

A. Pendahuluan

Teknologi komunikasi dan informasi, secara harfiah bisa diartikan sebagai alat bantu yang memudahkan manusia untuk berkomunikasi. Kemajauan teknologi memberikan berbagai sumber informasi dan model komunikasi semakin luas dari apa yang sudah dimiliki manusia. Peranan informasi pada 1960-an hingga awal 1980-an, memang kurang mendapat perhatian, namun kemudian kebutuhan akan informasi dan komunikasi berkembang menjadi hal yang sama diperlukannya dengan kebutuhan sandang dan pangan dalam peradaban manusia. Peradaban dunia yang bergeser dari masa industrialisasi kepada masa informasi lantas kemudian melahirkan masyarakat informasi (*information society*). Rogers menyatakan bahwa *information society* adalah sebuah masyarakat yang sebagian besar generasi angkatan kerjanya adalah pekerja di bidang informasi, dan informasi muncul sebagai elemen yang dinilai paling penting dalam kehidupan mereka.[11]

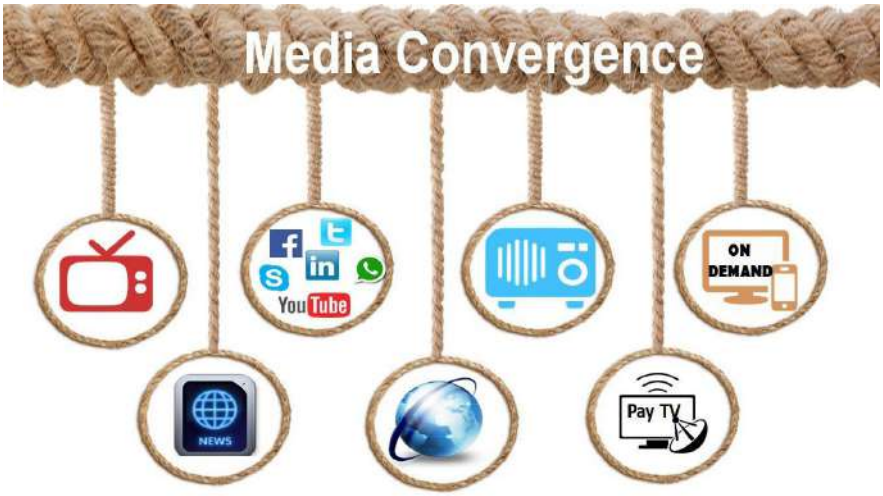
Era kontemporer peradaban manusia telah mengalami kemajuan pembangunan luar biasa dalam bidang industri, transportasi, teknologi, komunikasi, dan informasi. Ia dianggap telah mencapai peradaban tertinggi dalam era "milenial" yang disebut masa keemasan globalisasi. Terjadi pembangunan luar biasa hingga memusnahkan pembatasan tradisional antarnegara untuk saling berinteraksi dalam bidang politik, ekonomi, sosial, dan kebudayaan. Dalam masyarakat saat ini, teknologi komunikasi dan informasi terus berkembang menyesuaikan kebutuhan manusia dalam masyarakat itu. Apa itu teknologi? Dalam pandangan Marshall Mc Luhan, teknologi telah mengubah cara orang berkomunikasi. Dengan gagasan "*Medium is The Message*", dia menegaskan, bahwa pola komunikasi dan interaksi sosial manusia sangat bergantung pada teknologi yang berkembang di masyarakat. Dia menyebut itu dengan istilah determinisme teknologi.

Teknologi, berasal dari kata *techno* dan *logos* yakni pengetahuan yang mengarah pada sifat keteknikan. Teknologi adalah bagaimana melakukan (*how – to – do*), di mana keseluruhan prosesnya akan menghasilkan sesuatu bersifat material.

---

[1] Rogers, 1991., *Communication Technology: The New Media in Society*, diterjemahkan oleh Zulkarnain Mohd. Mess dengan judul "Teknologi Komunikasi: Media baru Dalam Masyarakat", Kuala Lumpur-Malaysia: Dewan Bahasa dan Pustaka, h. 11.

Dalam pandangan Indrajit, teknologi komunikasi tidak sama dengan teknologi informasi. Teknologi komunikasi digunakan untuk memudahkan transmisi pesan. Baik mengirim maupun menerima. Sementara, teknologi informasi adalah sebuah teknologi yang berkaitan dengan pengolahan data-data menjadi informasi dan proses distribusinya dalam batas ruang dan waktu. Tapi, dalam era konvergensi teknologi media sekarang, tidak mudah untuk membedakan teknologi komunikasi dengan teknologi informasi. Sebab; dalam setiap komunikasi, di sana pula ada informasi. Teknologi yang terus berkembang pada akhirnya akan menimbulkan arus informasi yang tak terbatas. Jika dikaitkan dengan informasi sebagai pesan yang dipertukarkan, maka komunikasi yang terjadi berpotensi tak efektif. Efek samping dari teknologi informasi pun berkembang di masyarakat.



Konvergensi Media
Sumber: http://www.gen21-bms.com/empowering-media-convergence/

Penyampaian informasi yang sangat cepat, diolah dan diseleksi lalu menjadi tidak terkontrol dan terorganisasi, akan menimbulkan informasi yang mengambang (*information float*). Kemudian juga memunculkan chaos dari polusi informasi (*chaos of information pollution*) dan akan memberikan nilai pada sesuatu data yang tak berguna. Selanjutnya, muncul beban informasi yang terlalu banyak (*information overload*) yang mengarah pada ketidakmampuan menyeleksi informasi yang relevan dan yang tidak relevan. Pada akhirnya menimbulkan infomasi yang menyesakkan (*information glut*) dan boleh menimbulkan penyakit. Untuk mengatasi itu, John Naisbitt, mengatakan, teknologi yang tinggi (*high tech*) harus ditangani dengan sentuhan secara tinggi (*high touch*) pula. Naisbitt menyebutnya sebagai upaya manusia mengimbangi teknologi (*counter-balancing human respons*), atau teknologi yang tinggi itu akan/harus ditolak.[2]

[2] Saefudin, Asep. 2008. *Perkembangan Teknologi Komunikasi: Perspektif Komunikasi Peradaban*. Jurnal Mediator. Vol 9. Hal 383 – 392.

Di komunikasi era digital, setiap orang dapat bertindak sebagai pembuat informasi/pesan (komunikator) sekaligus penerima informasi (komunikan) dan ada aspek interaktivitas di mana proses komunikasi yang berjalan dapat memberikan perubahan. Peran yang ada dalam proses komunikasi pun dapat dipertukarkan dalam komunikasi interaktif. Pada media sosial WhatsApp, Facebook dan Instagram, seorang komunikator menginginkan adanya *feedback* dari para pengguna media sosial atau pengikutnya (followers) sebagai penerima dari konten yang dibagikannya. Setelahnya berinteraksi lewat kolom komentar, membahas konten, dan kemudian dapat memengaruhi pesan. Dari observasi yang dilakukan, salah satu upaya yang dilakukan untuk menarik *feedback* dari konten yang dibagikan adalah dengan cara mendesain pesan dengan judul atau narasi provokatif sebagai umpan klik atau *clickbait*. Kecenderungan penggunaan *clickbait* (umpan klik) muncul dalam media komunikasi digital khususnya media online, dengan target menarik pembaca masuk ke sebuah laman internet dan meraup apa yang disebut sebagai *page view* atau jumlah klik yang dilakukan pengguna internet. Sayang, isinya sering tidak sesuai judul.[3] *Clickbait* ini kemudian merambah tidak hanya media online, tapi juga konten-konten yang dibagi di platform media semacam WhatsApp dan Facebook lalu berkembang menjadi *sharebait* (umpan bagi), yang ditandai dengan mudahnya seseorang untuk membagi konten ke pengguna lainnya.

Gambar 1

Desain pesan *clickbait* dan *sharebait* yang muncul pun beragam. Johan Berger dari University of Pennsylvania, menyebutkan, bahwa judul artikel *clickbait* mempermainkan kata yang bertendensi serta berkaitan dengan aspek emosi pembacanya. Tak ayal, kata yang berkaitan dengan Islam pun menjadi salah satu pilihannya. Bagi seorang muslim, membaca kata-kata seperti *Subhanallah*, *Allahuakbar*, *Astaghfirullah*, atau *Innalillahi*, tentu sangat emosional karena itu merupakan kalimat *Thoyyibah*. M. Hasan Al-Hamsy menyebutkan, kalimat

[3] Zaenudin. 2018. *Clickbait, Jebakan Judul Berita yang Menipu Pembaca*. Tirto.id. (diakses 15 Desember 2018)

Thoyyibah adalah kalimat yang berisikan kebenaran dan kebajikan serta bermanfaat bagi diri sendiri dan orang lain. Selain itu memiliki tendensi pada perbuatan ma'ruf dan pencegahan dari perbuatan munkar. Sebagian muslim mungkin saja akan langsung mengklik atau membagi pesan dengan judul semacam itu, tanpa melakukan cek dan ricek atau *tabayyun* lebih dahulu. Tulisan ini, mencoba menggambarkan tentang desain pesan-pesan Islami dengan menggunakan kalimat Thoyyibah dalam konten *clickbait* dan *sharebait* di media sosial.

B. Pembahasan

1. Perkembangan Teknologi Komunikasi

Teknologi komunikasi dan informasi telah mengisi ruang-ruang sosial masyarakat di berbagai sektor. Mulai dari ekonomi, politik, pendidikan, kesehatan, hingga pengelolaan penggunaan infrastruktur. Marshall McLuhan membagi sejarah kehidupan komunikasi manusia ke dalam empat masa periodesasi yakni a tribal age (masa suku), literate age (masa literal/huruf), a print age (masa cetak), dan electronic age (masa elektronik). Dalam pergeseran antar periode ini, menurut McLuhan lebih disebabkan oleh penemuan teknologi komunikasi dan informasi oleh manusia, bukan bersifat gradual atau evolusif. Ini menunjukkan teknologi komunikasi dan informasi memengaruhi peradaban manusia. Adapun masa periodesasi itu yakni.[4]

1. *The Tribal Age*

Pada masa ini, manusia hanya mengandalkan panca indera seperti penglihatan dan pendengaran dalam berkomunikasi. Komunikasi pada masa ini berupa kode dalam bentuk gambar, bumbungan asap, dan lainnya. Komunikasi juga mendasarkan diri pada suara, cerita, tuturan, dan sejenisnya, membutuhkan kecakapan telinga saat mendengarnya. Masa primitif ini kemudian bergeser dengan ditemukannya alfabet atau huruf.

2. *The Literate Age*

Dalam masa ini yang utama adalah orang sudah belajar menggunakan kata-kata dan juga praktik membaca huruf yang memvisualisasikan teks dan mempelajarinya dengan membaca. Masa literasi juga membangun peradaban baru, di mana orang belajar membaca teks sendiri. McLuhan menyatakan bahwa juga abjad phoretic membangun prinsip seseorang dalam kehidupan. Belajar menulis surat dalam menghubungkan urutan logika dimodelkan selangkah demi selangkah. Memiliki keterampilan penuh, diatur oleh manusia itu sendiri.

3. *The Print Age*

Sejak ditemukannya mesin cetak oleh Mark Guttenberg menjadikan alfabet semakin menyebarluas dan dimanfaatkan untuk memindahkan huruf dan kata-

[4] Griffin, Emory A. 2012. *A First Look at Communication Theory*. 8th edition. New York: McGraw-Hill.

kata melalui mesin cetak. Kehadiran mesin cetak, dan kemudian media cetak, menjadikan manusia mampu mengembangkan kemampuan berkomunikasi. Dalam fase ini, semua pesan tercetak dianggap sebagai kebenaran.

4. *The Electronic Age*

Pada masa ini ditandai dengan ditemukannya berbagai macam alat atau teknologi komunikasi seperti telegram, telepon, radio, film, televisi, VCR, fax, komputer, hingga internet. Muncul pula istilah "*global village*". Media massa pada era ini mampu membawa manusia mampu untuk bersentuhan dengan manusia yang lainnya, kapan saja, di mana saja, seketika itu juga. Pada masa ini semua dapat dijelajahi karena internet memberi apa yang dibutuhkan dalam hidup. Sentuhan dan ketukan dapat membawa dunia dalam hidup seseorang.

Berkaca pada pembagian masa manusia berkomunikasi ini, terjadi pergeseran budaya. Dalam bidang ekonomi misalnya, saat ini aktivitas jual beli tidak selalu diwujudkan dengan pertemuan *face to face* penjual – pembeli. Saat ini, cukup lewat telepon pintar, aktivitas jual – beli bisa dilakukan. Alat tukar berupa uang pun cukup dengan *e-money* (uang elektronik). Di bidang politik, pemanfaatan dan penggunaan teknologi (internet) diwujudkan dalam banyak hal seperti *e-government*, *e-planning, e-budgeting, e-catalogue* hingga kampanye politik lewat media sosial. Di sektor pendidikan, teknologi juga menyediakan pembelajaran elektronik (*e-learning*) yang tidak mengharuskan guru/dosen untuk bertemu dengan siswanya di kelas. Sebagai contoh adalah aplikasi Edmodo yang menawarkan fasilitas kolaborasi komunikasi dan pembinaan bagi guru dan sekolah. Aplikasi Edmodo juga memberikan peluang bagi guru berbagi informasi, dan menyalurkan tugas, serta mengembangkan komunikasi dengan siswa, kolega, hingga konektivitas dengan orang tua.[5]

2. Determinisme Teknologi

Seorang pelayan kafe, tampak memainkan telepon pintarnya. Sesaat kemudian, seorang pelanggan memanggilnya untuk menanyakan menu kafe itu darinya. Pelayan yang diperkirakan berusia 18 tahun, dengan sigap memasukkan telepon pintar itu ke saku celananya. Setelah mencatat pesanan dia pun meninggalkan pelanggan itu. Sekitar lima menit kemudian, dia kembali untuk menyuguhkan pesanan. Sekilas kemudian, dia kembali memainkan telepon pintar dari sakunya sembari menunggu pesanan dari pelanggannya yang lain. Pemandangan seperti ini, pasti pernah Anda temukan dalam kehidupan sosial saat ini. Situasi pasti berbeda pada 10 tahun sebelumnya. Di mana, seorang pelayan bermain telepon pada jam kerja adalah hal buruk. Tapi kini, itu jadi biasa saja. Kondisi ini menunjukkan manusia tak lagi mampu meninggalkan teknologi dalam aktivitas kesehariannya dan kemudian mengubah kebudayaannya. Situasi ini disebut Mc Luhan sebagai

[5] Empson, Rip (30 April 2012). *"As It Graduates From Network To Platform, Edmodo Now Serving 7M Users, 80K Schools"*. TechCrunch. (diakses pada 20 September 2018, pukul 19.03).

determinasi teknologi. Determinasi teknologi memiliki asumsi bahwa penemuan atau perkembangan teknologi komunikasi itulah yang sebenarnya yang mengubah kebudayaan manusia. Saat ini dapat dilihat bahwa tidak ada aspek kehidupan manusia yang luput dari media. Berbagai aktivitas mulai dari ruang keluarga, dapur, sekolah, kantor, pertemanan, bahkan agama, saat ini semuanya bersinggungan dengan media. Bisa dikatakan, kita tidak pernah bisa membebaskan diri dari media baik media massa, media online ataupun media sosial dalam kehidupan dan bersosialisasi.

McLuhan dalam Em Griffin menyebutkan, "*Nothing remains untouched by communication technology*". Dalam narasi itu, McLuhan ingin menyatakan, bahwa media adalah ekstensi dari inderawi manusia (*extention of man*). Selain memperpanjang jangkauan manusia terhadap suatu tempat, peristiwa, informasi, media -didukung dengan teknologi-juga menjadikan hidup lebih efisien. Selanjutnya, media juga membantu manusia dalam menafsirkan tentang kehidupannya. Dalam pandangan McLuhan, media itu sendiri lebih penting daripada isi pesan yang disampaikan oleh media tersebut, atau disebutnya dengan *medium is the message*. Saat kita menonton televisi di sebuah ruangan, isi tayangan di televisi memang menarik dan membuat kita betah di depannya. Tetapi, dalam pandangan ini, kehadiran televisi di ruangan tersebut menjadi lebih penting lagi. Eksistensi media massa telah lebih banyak menggeser kebudayaan dan kehidupan manusia, lebih dari apa isi pesan yang mereka sampaikan. Pada tingkat selanjutnya, kemudian muncul dilema seiring dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi komunikasi adalah, manusia cenderung terdominasi oleh teknologi komunikasi yang diciptakannya sendiri. Pada akhirnya, manusia sangat mungkin dikontrol oleh teknologi.[6]

3. Media Sosial, Big Data dan *Clickbait*

Pesatnya perkembangan teknologi komunikasi dan informasi melahirkan media sosial sebagai salah satu produknya. Dengan media sosial, sebagai medium di internet, memungkinkan penggunanya merepresentasikan diri, berinteraksi, bekerja sama, berbagi, sebagai bentuk berkomunikasi dengan pengguna lain, hingga membentuk relasi sosial secara virtual (*virtual community*). Ciri umum yang dimiliki media sosial adalah adanya keterbukaan komunikasi antar para penggunanya. Media sosial pun dapat disesuaikan secara waktu dan diatur ulang oleh pengembangnya. Dalam beberapa media sosial tertentu, penggunaannya dapat diubah oleh suatu komunitas.[7] Terpenting juga, media sosial sudah menyediakan dan membentuk cara baru manusia dalam berkomunikasi. Pesatnya kemunculan

[6] Griffin, Emory A. 2003. *A First Look at Communication Theory*. 5th edition. New York: McGraw-Hill.

[7] Nasrullah, Rully. 2015. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Jakarta: Simbiosa Rekatama Media

media sosial, tentu saja punya dampak. Saat ini, media sosial seperti facebook, instagram, twitter, whatsapp dan lainnya, telah menjadi dunia kedua dalam kehidupan manusia. Hampir semua pengguna internet di Indonesia memiliki akun media sosial dan aktif mengakses akun media sosial setiap hari. *Platform* media sosial Facebook, adalah pemilik anggota terbesar dari pengguna dari internet di Indonesia.[8]

Kondisi ini memunculkan banyak data dan alur distribusi informasi yang sangat cepat di dunia virtual. Beragam konten baik itu tulisan, foto, video, suara, berubah bentuk menjadi digital dan bertebaran di internet. Milo Jones dan Philippe Silberzahn dalam tulisannya di Forbes.com, mengatakan bahwa tantangan saat ini adalah data yang besar (big data). Cukup lewat telepon di genggaman, menemukan informasi yang diinginkan cukup dilakukan dalam sekian detik. Bahkan, pada beberapa *platform* media sosial dengan algoritmanya, dapat membuat informasi yang mendatangi penggunanya. Dalam menggunakan media sosial, Anda pasti pernah mengalami situasi mengklik sebuah tautan atau konten foto atau video, tapi kemudian saat diklik isinya tidak sesuai dengan judul atau narasi yang menyertainya. Konten semacam itu, menyebar begitu saja tanpa memperhatikan kredibilitas komunikator, dan penerima seringkali begitu saja memercayainya dan ikut pula membagi (share) melalui akun media sosialnya. Situasi ini, disebut sebagai konten *clickbait* yang berisikan *hoax* atau info yang tidak sesuai dengan isinya. *Clickbait* diproduksi untuk tujuan tertentu, lazimnya bertujuan ekonomi berupa keuntungan pribadi. Sebab semakin banyak klik, akan banyak pula uang yang masuk. Berbagai pihak telah menanggapi serius hal ini. Facebook misalnya, kini terus memonitor konten *clickbait* dalam upaya meminimalisir konten yang menipu ini.

Pengamatan penulis, medio 2016 – 2017, konten *clickbait*, mulai bermunculan di internet seiring makin besarnya penggunaan media sosial di Indonesia. Data terbaru yang dilansir We Are Social dan Hootsuite, menyebutkan bahwa ada 130 juta orang Indonesia yang terbilang aktif di media sosial. Laporan berbasis riset ini, membuka data tentang jumlah penduduk Indonesia sebesar 265,4 juta jiwa, memiliki pengguna internet sebanyak 132,7 juta. Dari jumlah itu, 130 juta pengguna aktif media sosial dengan penetrasi 49% (gambar 2). Sementara, untuk *platform* media sosial yang paling banyak digunakan warga Indonesia, tertinggi adalah YouTube dengan 43%, diikuti Facebook (41%), WhatsApp (40%), Instagram (38%), Line (33%), Twitter (27%), Skype 15%, dan WeChat 14%.[9]

---

8 Kusumaratih, Endri. 2017. *Renik Media Sosial*. Hadila, hlm, 9.

9 https://inet.detik.com/cyberlife/d-3912429/130-juta-orang-indonesia-tercatat-aktif-di-medsos

Gambar 2

Menurut kamus Meriiam Webster, *clickbait* adalah suatu (seperti judul) yang dirancang untuk membuat pembaca ingin mengklik hyperlink terutama ketika tautan mengarah ke konten yang meragukan nilai atau minat (di internet) konten yang tujuan utamanya adalah untuk menarik perhatian dan mendorong pengunjung untuk mengklik tautan ke halaman web tertentu. Selain pilihan katanya, ciri *clickbait* menurut Chakraborty (2016), adalah jumlah kata dalam judul terdiri dari 10 kata. Sementara, *Facebook* mendefinisikannya sebagai "ketika penerbit mengunggah tautan dengan judul yang mendorong orang untuk mengeklik untuk melihat lebih banyak, tanpa memberi tahu mereka banyak informasi tentang apa yang akan mereka lihat." Tetapi mereka tidak menjadi penghapus tautan berdasarkan petunjuk verbal.[10] Untuk mengatasi ini, pada Agustus 2014, Facebook mengumumkan bahwa mereka mengambil langkah-langkah teknis untuk mengurangi dampak *clickbait* di jejaring sosialnya, menggunakan, di antara isyarat lainnya, waktu yang dihabiskan oleh pengguna saat mengunjungi halaman yang terhubung sebagai cara membedakan *clickbait* dari jenis konten lain.

Pemblokir iklan dan jatuhnya iklan secara umum juga memengaruhi model *clickbait*, karena situs web bergerak ke arah iklan yang disponsori dan iklan asli tempat konten artikel lebih penting daripada rasio klik. Kelompok media sosial, seperti *Stop Clickbait*, memerangi *clickbait* dengan memberikan ringkasan singkat dari artikel *clickbait*, menutup "celah rasa ingin tahu". *Clickbait* juga telah digunakan untuk tujuan politik, dan dalam hal ini telah disalahkan atas munculnya politik pasca-kebenaran.

[10] http://www.niemanlab.org/2014/08/what-is-clickbait/

Katherine Viner, kepala editor di The Guardian menulis bahwa "memburu klik murah dengan mengorbankan akurasi dan kejujuran" menggerogoti nilai jurnalisme dan kebenaran. Subjek emosional dengan headline mencolok secara luas dibagi dan diklik, yang menghasilkan apa yang digambarkan Slate sebagai "agregasi kemarahan" dan proliferasi situs web di seluruh spektrum politik - termasuk Breitbart News, Huffington Post, Salon, Townhall, dan blog Gawker Media - yang diuntungkan dengan memproduksi potongan-potongan pendek yang dapat dibagikan yang menawarkan penilaian moral yang sederhana tentang isu-isu politik dan budaya.

4. Kalimat Thoyyibah, Sang Pengumpan Klik

Dalam desain pesan *clickbait* dan *sharebait*, seringkali digunakan judul atau kata yang melebih-lebihkan (hiperbola). Ilmu Linguistik juga memiliki istilah disfemisme, sebagai gaya bahasa pengasaran yang sering digunakan dalam judul berita. Perkembangan disfemisme dalam judul berita sesungguhnya menggambarkan disfemisme perilaku berbahasa masyarakat. Dalam linguistik komunikator mengungkapkan suatu hal dengan daya ilokusi tertentu. Komunikasi tidak ada wacana tanpa daya ilokusi, yakni sebuah istilah tentang bertutur yang berfungsi sebagai pernyataan atau menginformasikan sesuatu dan dipergunakan untuk melakukan sebuah tindakan. Kalimat *Thoyyibah* tak luput dalam desain pesan *clickbait*. Singkatnya, kalimat ini adalah Sang Pengumpan klik dan bagi (share). Kalimat *Thoyyibah* merupakan tuturan berisi kebenaran dan kebajikan serta bermanfaat bagi diri sendiri dan orang lain. Selanjutnya, juga memiliki makna yang mengarah pada perbuatan makruf dan pencegahan dari perbuatan munkar. Allah SWT berfirman:

أَلَمْ تَرَ كَيْفَ ضَرَبَ ٱللَّهُ مَثَلًا كَلِمَةً طَيِّبَةً كَشَجَرَةٍ طَيِّبَةٍ أَصْلُهَا ثَابِتٌ وَفَرْعُهَا فِى ٱلسَّمَآءِ ﴿٢٤﴾

"Tidakkah kamu perhatikan bagaimana Allah telah membuat perumpamaan kalimat yang baik seperti pohon yang baik, akarnya teguh dan cabangnya (menjulang) ke langit," (QS Ibrahim: 24)

Ada pun beberapa bagian dari kalimat Islam/kalimat *Thoyyibah* yang biasa digunakan oleh umat Muslim untuk senantiasa mengingat Allah SWT, antara lain, *basmalah*, taawudz, takbir, tahmid, tahlil, istirja", istighfar dan al hauqalah.[11]Bagian dari kalimat *Thoyyibah*, memiliki daya ilokusi yang sangat kuat bagi seorang muslim. Karena kalimat *Thoyyibah* merupakan bagian dari Al Quran, yang merupakan *Kalamullah*.

[11] Emilia, Fiska. 2018. *Kalimat Thayyibah Writing Therapy sebagai Upaya Meningkatkan Emotional Intellegence seorang Santri di Panti Asuhan Al Auliyaa' Waru Sidoarjo*. Skripsi. UIN Sunan Ampel, Surabaya.

Ketika kasus pembakaran bendera tauhid di Garut, viral dan menjadi pembahasan nasional, beragam konten *clickbait*, provokatif dan *hoax* terkait peristiwa itu beredar di media sosial. Video peristiwa pembakaran bendara tauhid beredar pun terus bertebaran (*spreading*) ke berbagai pengguna media sosial. Narasi yang menyertai video itu dibuat sedramatis mungkin, salah satunya dengan menggunakan kalimat *Thoyyibah* untuk menarik *feedback* baik itu klik maupun bagi (*share*). Salah satu konten yang diamati penulis adalah penyebaran video pembakaran bendera tauhid itu adalah WhatsApp Group (WAG) salah satu organisasi kepemudaan di Sumatera Utara (gambar 2). Di mana, penulis menjadi salah satu anggota WAG tersebut. Pembicaraan terkait pembakaran bendera tauhid di Garut sempat menjadi pembahasan setelah salah seorang akun dari anggota grup itu membagikan video pembakaran bendera tauhid dengan judul/narasi berbau *clickbait*.

Gambar 3

Salah satu anggota grup membagikan, video pembakaran bendera tauhid itu. Dalam narasinya, akun dengan nomor 08527061xxxxx, menambahkan kalimat *"Innalillahi... salah satu ormas besar Islam membakar kalimah tauhid. Masih pantaskah mrk disebut ormas islam"* dalam video yang dibagikannya. Pemilik akun nomor 08137528xxxxx, lantas menanggapi unggahan itu dengan menyatakan, *"Itu bukan bacaan tauhidnya yg dibakar bos namun yang dibakar itu adalah benderanya khilafah.. Hizbutahir"*. Unggahan 08527061xxxxx ini kemudian membuat hangat grup itu. Dalam komentar selanjutnya, bahkan ada anggota grup yang menyatakan siap jihad *fisabilillah*, karena bendera tauhid dibakar. Unggahan akun 08527061xxxxx, berupa video dan ditambahi dengan kalimat *"Innalillahi... salah satu ormas besar Islam membakar kalimah tauhid. Masih pantaskah mrk disebut ormas islam"*, menunjukkan desain narasi/judul Islami berbentuk *clickbait*,

karena menggunakan kalimat *Thoyyibah*, yakni *Innalillahi*, untuk memancing emosi pembacanya. *Clikcbait* dapat memanipulasi perasaan seseorang karena narasi judul *clickbait* menyentuh aspek psikologis yang berkonsekuensi pada sisi emosional. Pembaca yang mengklik konten berbau *clickbait* merupakan pembaca yang ingin memuaskan sisi emosional. Tak ayal, terjadi perdebatan antara sesama anggota WAG beragama Islam saat membahas soal konten yang dibagi oleh akun 08527061xxxxx itu.

Pemilik akun dengan nomor 081161xxxxx di WAG itu, misalnya memuaskan sisi emosinya menanggapi unggahan 08527061xxxxx. Dia lantas mengirimkan gambar sepatu dan bola kaki bertuliskan kalimat tauhid (gambar 3). Dalam unggahan itu menambahkan kalimat, *"Dari pada di injak2, disepak, dan macam2lah. Kan lebih baik dibakar. Itu bendera atau apa."* Akhirnya, unggahan video pembakaran bendera tauhid ditambah narasi/judul *clickbait*, melahirkan komentar gaduh, berbantah-bantahan menghujat dan saling berdebat untuk mempertahankan kebenaran yang dianutnya. Dalam Islam, berbantah-bantahan adalah perbuatan yang mendapat perhatian dari Allah SWT.

Gambar 4

Dalam surah Al Anfal Ayat 46, Allah SWT berfirman:

وَأَطِيعُواْ ٱللَّهَ وَرَسُولَهُۥ وَلَا تَنَٰزَعُواْ فَتَفۡشَلُواْ وَتَذۡهَبَ رِيحُكُمۡۖ وَٱصۡبِرُوٓاْۚ
إِنَّ ٱللَّهَ مَعَ ٱلصَّٰبِرِينَ ٤٦

"Dan taatlah kepada Allah dan Rasul-Nya dan janganlah kamu berbantah-bantahan, yang menyebabkan kamu menjadi gentar dan hilang kekuatanmu dan bersabarlah. Sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar." (QS. Al-Anfal: 46)

Dalam konteks ayat ini Allah SWT menegaskan, posisi seorang muslim haruslah taat kepada Allah SWT dan Rasul-Nya dalam keadaan perang. Segala apa yang diperintahkan Allah SWT kepada mereka harus mereka lakukan, dan semua yang dilarang-Nya harus mereka tinggalkan. Kemudian, janganlah saling berbantahan di antara sesama muslim. Sebab hal itu hanya akan membuat lemah karena akan mencerai-beraikan persatuan sesama muslim. Akibatnya, tentu mereka akan mudah dikalahkan dan mengalami kegagalan.

Pada bagian lain, penulis juga menemukan, penggunaan kalimat thoyyibah atau kalimat istighfar, *Astaghfirullah* dalam konten *clickbait* dengan isi yang menipu. Abhijnan Chakraborty, dalam artikel ilmiahnya yang berjudul "*Stop Clickbait: Detecting and Preventing Clickbaits in Online News Media*" menemukan bahwa *clickbait* mengeksploitasi *curiosity gap*, sebagai sisi kognitif manusia.[12] George Loewenstein menjabarkan *curiosity gap* merupakan suatu kondisi psikologis yang terjadi, disebabkan adanya celah antara apa yang ketahui dan apa yang ingin diketahui atau kesenjangan pengetahuan. Kesenjangan pengetahuan ini memiliki konsekuensi emosional.[13]

Gambar 5

[12] Chakraborty, A., Paranjape, B., Kakarla, S., & Ganguly, N. (2016, August). Stop Clickbait: Detecting And Preventing Clickbaits In Online News Media. In *Proceedings of the 2016 IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining* (pp. 9-16). IEEE Press.

[13] Loewenstein, G. (1994). *The Psychology Of Curiosity: A Review And Reinterpretation. Psychological Bulletin*, *116*(1), 75.

Dalam gambar 5 ini pemilik akun Agus Ferikhul, membagikan konten berupa foto babi seolah melahirkan anak berbentuk manusia. Konten yang diunggah akun Agus Ferikhul pada 27 Juli 2018 ini, mampu meraih 6.812 respon (like dan emoticon) dan 775 komentar hingga 30 Desember 2018,. Angka ini menggambarkan, unggahan ini tergolong viral di media sosial.

Gambar 6

Komentar yang munculnya sebagian besar pengguna facebook yang menerima konten itu memercayai konten tersebut. Dengan jumlah komentar dan respon itu, bisa dipastikan konten ini dibicarakan oleh banyak orang, diterima oleh satu orang dan dibagi lagi ke orang lainnya, sehingga mencapai viralitas. Pada kenyataannya, konten itu kemudian dinyatakan, *hoax* atau berita palsu (fake news). Hal ini bisa dilacak kebenarannya dan diketahui kebohongannya melalui fasilitas *google image*.

Gambar 7

Situs berita *indianexpress.com*, kemudian melansir bahwa foto yang beredar viral di dunia maya ini, adalah *hoax*. Dalam artikelnya *indianexpress.com* menyatakan, "video dan gambar sedang diedarkan secara online dengan berita bahwa seekor babi melahirkan bayi yang terlihat seperti manusia. Kebenaran di balik gambar dan video adalah bahwa itu bukan makhluk hidup tetapi model yang terbuat dari karet dan silikon oleh seniman terkenal Italia Laira Maganuco."[14]

Dalam Islam, menerima dan menyebarkan berita bohong sangat dikecam, sesuai firman Allah dalam Surah An-Nur ayat 15:

إِذْ تَلَقَّوْنَهُۥ بِأَلْسِنَتِكُمْ وَتَقُولُونَ بِأَفْوَاهِكُم مَّا لَيْسَ لَكُم بِهِۦ عِلْمٌ وَتَحْسَبُونَهُۥ هَيِّنًا وَهُوَ عِندَ ٱللَّهِ عَظِيمٌ ﴿١٥﴾

"(Ingatlah) ketika kamu menerima (berita bohong) itu dari mulut ke mulut dan kamu katakan dengan mulut kamu apa yang tidak kamu ketahui sedikit pun, dan kamu menganggapnya suatu yang ringan saja. Padahal itu pada sisi Allah, itu adalah besar." (QS. An-Nur: 15)

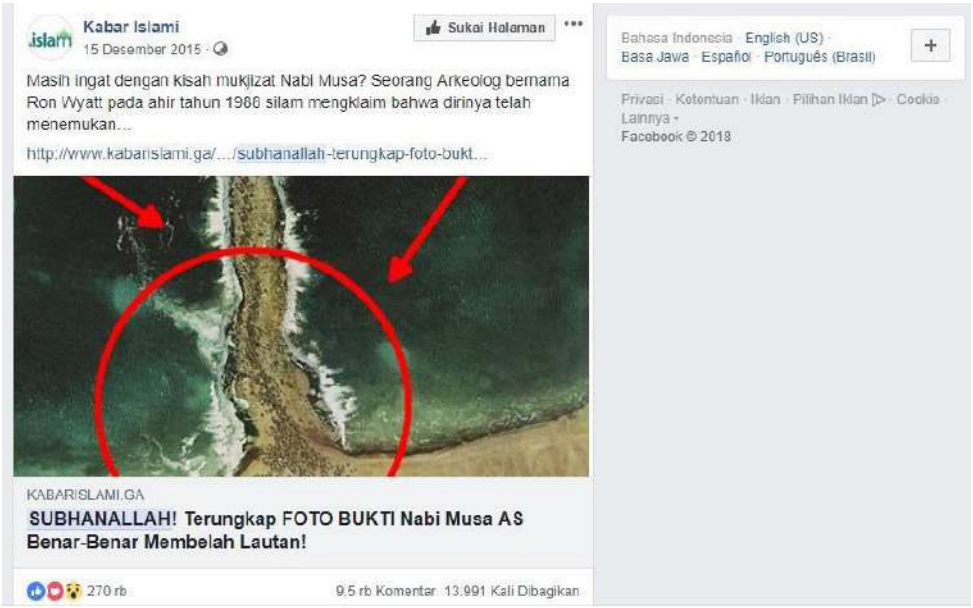
Muhammad Quraish Shihab dalam tafsir Al Misbah, menegaskan, ayat ini menggambarkan menyebarkan berita bohong adalah dosa besar dan akan dibalas oleh Allah SWT dengan hukuman yang berat pula. Sementara dalam tafsir Al Muyassar, disebutkan, pada saat seseorang menerima berita bohong dan memindahkannya (membaginya), padahal perkataan itu merupakan perkataan yang batil dan seseorang itu juga tidak memiliki ilmu tentang perkataan tersebut, maka itu adalah suatu bahaya. Kemudian mengira itu adalah hal sepele, namun di sisi Allah SWT itu adalah hal sangat besar. Ayat ini menjelaskan larangan keras dari menganggap remeh penyebaran kebatilan.[15]

Selanjutnya, penulis juga menemukan pengeksploitasian kalimat *Thoyyibah*, *Subhanallah*, dalam konten *clickbait* media online yang disebar oleh akun anonim di Facebook (gambar 8). Akun anonim adalah akun media sosial, yang pemiliknya tidak memberikan data pribadi. Biasanya akun ini memiliki administrator untuk mengelolanya.

---

[14] https://indianexpress.com/article/trending/trending-globally/gig-human-like-baby-viral-photos-*hoax*-5287723/

[15] https://risalahmuslim.id/quran/an-nuur/24-15/



Gambar 8

Akun *Kabar Islami* ini berbentuk *fanpage*, sehingga dikelola oleh administrator. Pada kolom identitasnya dia menuliskan kabarislami.ga sebagai laman resmi akun itu. Pada 15 Desember 2015, akun ini membagikan sebuah artikel dan foto dari laman *kabarislami.ga*, dengan judul *"SUBHANALLAH! Terungkap FOTO BUKTI Nabi Musa AS Benar-Benar Membelah Lautan!"*. Judulnya jelas terdeteksi sebagai konten *clickbait*, karena ditulis secara berlebihan. Apalagi, dari sejarah diketahui, tidak mungkin ada kamera yang bisa menangkap gambar lautan yang dibelah oleh Nabi Musa AS. Sebab, kamera ditemukan diabad 19, jauh setelah masa Nabi Musa AS. Tapi anehnya , konten ini mendapatkan lebih dari 270.000 respon (like, love, dll), 9.500 lebih komentar, dan 13.991 kali dibagikan per 30 Desember 2018. Sayang, artikel di laman *kabarislami.ga* itu tidak dapat diakses lagi. Saat diklik, muncul tulisan "*The Requested URL Was Not Found On This Server*". Ini menandakan, lamannya tidak aktif lagi meski nama domainnya masih terdaftar. Laman ini menggunakan top level domain (TLD) negara Gabon (ga).

Akun Kabar Islami, adalah akun anonim. Anonimitas di dunia maya terbagi dalam berbagai level. Semakin mudah pengguna lain dari media sosial itu dapat menjangkau identitas akun, maka level anonimitas termasuk dalam level rendah. Sebab, semakin mudah menjangkau identitas akun anonim maka proses verifikasi kebenaran atas informasi yang disampaikan semakin terbuka. Begitupula sebaliknya

untuk level anonomitas tinggi.[16] Anonimitas berasal dari bahasa Yunani yang berarti "tanpa nama". Ini biasa dipakai untuk mengidentifikasi obyek, baik berupa manusia ataupun benda.[17] Memang, di Amerika, anonimitas dijamin *First Amendment* yang mengatur kebebasan berpendapat. Selanjutnya, pengadilan hak asasi manusia di Eropa (*European Court of Human Rights/ECHR)* menyatakan anonimitas sebagai fasilitator kebebasan berekspresi. Dari sudut pandang ini, memang bisa dikatakan bahwa anonimitas merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam praktik menyampaikan pesan. Tapi jika yang pesan disampaikan adalah kebohongan, maka itu memiliki konsekuensi lain, hukum misalnya.

Islam sudah tegas mengecam berbohong. Berbohong adalah ciri orang munafik. Rasulullah SAW, dalam HR Bukhari, menegaskan, tanda orang munafik salah satunya adalah apabila berbicara berdusta.

Shahih Ibnu Khuzaimah 774: Hisyam bin Abdul Malik Abui Walid dan Al Hajjaj bin Al Minhal menceritakan kepada kami, keduanya berkata, Hamad bin Salmah menceritakan kepada kami, dari Qatadah, dari Muhammad bin Sirrin, Dari Safiyah binti Al Harits dari Aisyah: Sesungguhnya Rasulullah shallallahu ‹alaihi wa sallam bersabda, "Allah SWT tidak menerima shalat seorang wanita yang telah haid kecuali dengan mengenakan khimar.»926 Bundar menceritakan kepada kami Yahya menceritakan kepada kami, Hamid bin Abdullah menceritakan kepada kami, Ibuku menceritakan kepadaku dari Aisyah, sesungguhnya Aisyah berkata, "Seorang wanita tidak diperkenankan shalat...."927 Abu Bakar berkata, "Hamid bin Abdullah adalah Pembohong."

Hadits di atas menunjukkan kecaman Abu Bakar RA, terhadap kebohongan. Karena itu, perbuatan yang mengarah pada kebohongan harus diantisipasi oleh umat Islam. Berbohong merupakan akhlak yang bertolakbelakang dengan keimanan dalam Islam. Pembohong bahkan digolongkan ke dalam golongan orang-orang tidak beriman. Allah SWT berfirman:

إِنَّمَا يَفْتَرِى ٱلْكَذِبَ ٱلَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ بِـَٔايَـٰتِ ٱللَّهِ ۖ وَأُو۟لَـٰٓئِكَ هُمُ ٱلْكَـٰذِبُونَ ﴿١٠٥﴾

"Sesungguhnya yang mengada-adakan kebohongan, hanyalah orang-orang yang tidak beriman kepada ayat-ayat Allah, dan mereka itulah orang-orang pendusta." (QS An-Nahl: 105).

---

[16] Nurul Hasfi, Sunyoto Usmand dan Hedi Pudjo Santosa. 2017 . *Anonimitas di Media Sosial: SaranaKebebasan Berekspresi atau Patologi Demokrasi?*. Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 15, Nomor 1, Januari April 2017, halaman 28-38

[17] M. Chawki. 2006 . *Anonymity in Cyberspace: Finding the Balance between Privacy and Security*. Droit-Tic, Juill.

Pada bagian lain, dalam sebuah unggahan di media sosial, aspek anonimitas menjadi hal yang penting diperhatikan dalam Islam. Bagi seorang muslim, mengetahui sumber informasi, siapa yang memberikan informasi adalah hal yang prinsip untuk memastikan komunikasi yang dilakukan efektif. Di sisi lain, informasi itu dapat dipertanggungjawabkan saat dilakukan proses tabayyun. Dalam media sosial, sangat mungkin pesan yang didesain Islami seperti kalimat *Thoyyibah* dalam *clickbait*, ternyata diproduksi oleh akun anonim dengan administrator yang fasik. Allah SWT berfirman:

يَـٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ إِن جَآءَكُمْ فَاسِقٌۢ بِنَبَإٍ فَتَبَيَّنُوٓاْ أَن تُصِيبُواْ قَوْمًۢا بِجَهَـٰلَةٍ فَتُصْبِحُواْ عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَـٰدِمِينَ ٦

Artinya : "Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah (kebenarannya) dengan teliti, agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu" (Q.S. Al-Hujurat ayat 6) .

Prof Quraish Shihab dalam Tafsir Al Misbah menjelaskan, bahwa ayat ini menyatakan, jika orang yang fasik datang kepada kaum muslimin dengan membawa suatu berita, maka harus diteliti dan diperiksa berita itu terlebih dahulu kebenaran berita itu. Hal tersebut diperlukan agar umat Islam tidak menimpakan musibah kepada suatu kaum–tanpa mengetahui keadaan mereka – sehingga apa yang telah kalian lakukan terhadap mereka– setelah nyata bahwa mereka tidak melakukannya – menjadikan kalian selalu menyesal atas kejadian itu, dan berharap kejadian itu tidak kalian lakukan. Pemahaman dari ayat di atas, tidak semua komunikasi bertujuan baik, ada kalanya komunikasi digunakan oleh sebagian manusia untuk tujuan buruk atau mengeruk keuntungan pribadi. Oleh karena itu sangat penting bagi manusia untuk memfilter, mana yang benar untuk diikuti dan mana yang salah untuk dijauhi. Komunikasi yang betujuan untuk kebaikan tentu hendaknya diikuti, tetapi jika cara, strategi, dan tujuan penyampaiannya tidak tepat, maka yang terjadi adalah komunikan akan membenci, menerima dan membagi berita bohong, memercayai informasi palsu, hingga mengikuti apa yang disampaikan oleh komunikator, meskipun yang disampaikan merupakan kebohongan belaka.

C. Kesimpulan

Teknologi komunikasi dan informasi saat ini menyediakan data yang besar (big data) di internet, yang kemudian dapat dimanfaatkan untuk berbagai kepentingan. Beragam informasi itu diproduksi oleh berbagai pihak, hingga ada pula pihak yang tak dikenal. Istilah *clickbait* dan *sharebait*, merupakan fenomena yang muncul

sebagai konsekuensi dari *big data*. Fenomena *clickbait* dan *sharebait* pada awalnya hanya diproyeksi sebagai wujud eksistensi atau representasi bagi si pembuat pesan. Kemudian, bergeser pada proyeksi profit setelah internet dapat menyediakan pendapatan (*income*) berbasis pada tingkat klik (*click*), bagi (*share*) dan kunjungan (*page view*) pada konten yang diproduksi. Dapat dikatakan, pertarungan konten di *platform* komunikasi digital menjadikan beberapa pembuat konten mengambil jalan pintas memroduksi konten bernuanas *clickbait* demi meraup *traffic* tinggi dari situs yang mereka miliki.

Seorang muslim, diwajibkan melakukan proses *tabayyun* saat menerima pesan di internet, apalagi jika sumber informasi tidak diketahui (anonim). Seorang muslim mesti mewaspadai konten-konten *clickbait* dan semacamnya. Salah satu caranya *tabayyun* untuk mendeteksi pesan *clickbait*, adalah dengan memanfaatkan teknologi. Saat ini misalnya sudah ada fasilitas "*Stop Clickbait*", sebuah ekstensi perambah di *chrome*. Ekstensi ini berguna untuk memberi masukan pada suatu judul artikel berbau *clickbait* atau tidak dengan tingkat akurasi yang mencapai 93%, di semua ranah digital. Dalam ekstensi tersebut, ada ribuan artikel gabungan antara judul *clickbait* dan tidak, sebagai basis data perbandingan. Kemudian konten *clickbait* juga diketahui menggunakan bagian kalimat-kalimat *Thoyyibah* dalam desain judul/ narasinya. Kalimat *Thoyyibah* seperti *Innalillahi* (istarji'), *Astaghfirullah* (istighfar) dan *Subhannallah* (tasbih) kerap digunakan untuk memanipulasi konten dan memancing sisi kognitif manusia.

Pengguna media sosial, diharapkan mampu menyadari konten di *clickbait* dan *sharebait* juga berpretensi berisi kebohongan (*hoax*). Sebab konten *hoax* ternyata lebih mampu menaikkan *traffic*, *like, share* dan *page view* guna meraih pendapatan berupa uang. Meski memanipulasi dengan menggunakan kalimat *Thoyyibah*, desain pesan *clickbait* yang berisi informasi palsu tetaplah kepalsuan. Apalagi jika yang menyampaikan pesan bersifat anonim (tidak diketahu) di media sosial, siapapun apalagi seorang muslim khususnya, harus berhati-hati karena ada ancaman dan kecaman dari Allah SWT soal menerima dan membagikan berita palsu. Karena itu, penulis menyarankan setiap muslim meningkatkan kemampuan literasi digitalnya, dengan mengikuti perkembangan teknologi dan mengenali dengan baik karakteristik dari semua *platform* media sosial yang digunakannya.

Biodata Penulis

Fakhrur Rozi, meraih gelar sarjana dalam Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Jurnalistik, dari Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Pembangunan (STIK-P) Medan pada tahun 2005. Setelah lulus, hingga pertengahan 2017, ia berprofesi sebagai jurnalis di sejumlah surat kabar seperti Harian Sumatra (2006), Harian Medan Bisnis (2006 – 2008), Harian Metro Aceh (2008) dan Koran Sindo/MNC Group (2008 - 2017).

Usai memertahankan tesisnya berjudul "Pemberitaan Klaim Malaysia atas Tortor dan Gordang Sambilan di Harian Waspada dalam Kajian Analisis Wacana Kritis", anak dari pasangan Ibnu Hajar Arbi (alm) dan Syafridayani ini, memeroleh gelar Magister Ilmu Komunikasi (M.I.Kom) dari Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP), Universitas Sumatera Utara (USU) pada 2013.

Sebagai akademisi berlatarbelakang jurnalis, ia meminati bidang penelitian Komunikasi Antar Budaya, Komunikasi Politik, Teknologi Komunikasi serta Kajian Media dan Budaya. Menjadi pemakalah dalam seminar dan forum ilmiah mulai ia lakukan. Pada Agustus 2018, ia memaparkan *paper* ilmiahnya berjudul "Mandailing Diaspora and Their Cultural Role In Malaysia" dalam Konferensi Internasional Relasi Indonesia – Malaysia (PAHMI) ke 12, di University Malaya, Kuala Lumpur, Malaysia. Sejak 2013 ia juga menyenangi aktivitas media kampanye dan *political branding* di beberapa kontestasi pemilihan kepala daerah di Kota Medan dan Provinsi Sumatera Utara.

Pria kelahiran Tanjung Gading, 18 November 1983 ini, juga tercatat sebagai Anggota Bidang Penelitian dan Pengembangan Pengurus Wilayah Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi (ASPIKOM) Sumatera Utara (2018 – 2021), peneliti pada Citra Strategi Indonesia (CSI) (2018 - sekarang), Ketua Bidang Humas Federasi Arung Jeram Indonesia (FAJI) Sumatera Utara (2018 – 2022), Wakil Bendahara DPD Komite Nasional Pemuda Indonesia (KNPI) Sumatera Utara (2015 – 2018), Dewan Redaksi Portal Berita Terkini dan Inspiratif, *akses.co* (2017 - sekarang), Presidium Medan Jurnalis Club (2015-sekarang), Anggota PWI Sumatera Utara (2009 – sekarang) dan pemegang Sertifikat Kompetensi Wartawan dari Dewan Pers No 6374-PWI/WDa/DP/X/2013/18/11/83.

Aktivitas suami dari Nana Miranti, S.T.P, serta ayah dari Fattah S Razi dan Fayza N Razi ini sekarang, diisi dengan mengajar di Universitas Islam Negeri (UIN) Sumatera Utara dan STIK-P Medan serta menulis di sejumlah media massa. Fakhrur Rozi dapat dihubungi di alamat *roziajalagi@gmail.com*.

HATE SPEECH DALAM PERSPEKTIK KOMUNIKASI ISLAM

Ahmad Rudi Sihaloho

Pendahuluan

Hate speech atau ujaran kebencian adalah tindakan komunikasi yang dilakukan oleh individu atau kelompok, dalam bentuk hasutan ataupun hinaan kepada individu atau kelompok yang berasal dari luar kelompoknya. Biasanya ujaran itu mengarah kepada warna kulit, etnis, gender, kewarganegaraan, agama, dan lain-lain yang kesemuanya itu diberikan perlakuan kearah yang negatif. Dewasa ini di Indonesia, *hate speech* sering kali terucap dengan ringan, terlebih lagi saat perkembangan teknologi yang semakin pesat. Maraknya kasus *hate speech* yang terjadi di Indonesia, menunjukkan bahwa media sosial telah disalahgunakan.[1]

Kata "*hate speech*" atau dalam bahasa Indonesia sering disebut "ujaran kebencian" adalah istilah yang berkaitan erat dengan minoritas dan masyarakat asli, yang menimpa suatu komunitas tertentu dan dapat menyebabkan mereka sangat menderita, sementara (orang) yang lain tidak peduli. Ia dapat memunculkan penderitaan psikis maupun fisik, yang dalam praktiknya banyak menimpa kelompok minoritas dan masyarakat asli. Beberapa contoh terakhir menunjukkan bahwa ujaran kebencian telah menimbulkan kekerasan terhadap kelompok tertentu seperti Kristen Kopik di Mesir, Muslim di Myanmar dan para imigran di Yunani, serta peristiwa genosida di Rwanda yang hingga kini terus diperingati sebagai salah satu kejahatan manusia terpenting dalam sejarah dunia modern.[2]

Dalam KUHP, perbuatan tersebut bisa dijerat dengan pasal provokasi dan hasutan. Undang-undang yang mengaturnya secara spesifik antara lain.

Pasal 4 Tindakan diskriminatif ras dan etnis berupa:[3]

a) memperlakukan pembedaan, pengecualian, pembatasan, atau pemilihan berdasarkan pada ras dan etnis, yang mengakibatkan pencabutan atau pengurangan pengakuan, perolehan, atau pelaksanaan hak asasi manusia

---

1 http://koran-sindo.com/page/news/2017-12-09/0/2/4_Kasus_Hate_Speech_Di_Indonesia diakses pada tanggal 23 Desember 2018

2 M Choirul Anam dan Muhammad Hafiz, *Surat Edaran Kapolri Tentang Penangan Ujaran Kebencian (Hate Speech) dalam Kerangka Hak Asasi Manusia* (Jakarta:Jurnal Keamanan Nasional Pusat Kajian Keamanan Nasional, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, 2015), hlmn 345.

3 https://nasional.tempo.co/read/1159326/satgas-antimafia-bola-polri-tangkap-anggota-komite-eksekutif-pssi diakses pada tanggal 23 Desember 2018

dan kebebasan dasar dalam suatu kesetaraan di bidang sipil, politik, ekonomi, sosial, dan budaya; atau

b) menunjukkan kebencian atau rasa benci kepada orang karena perbedaan ras dan etnis yang berupa perbuatan: *1)* membuat tulisan atau gambar untuk ditempatkan, ditempelkan, atau disebarluaskan di tempat umum atau tempat lainnya yang dapat dilihat atau dibaca oleh orang lain; *2)* berpidato, mengungkapkan, atau melontarkan kata-kata tertentu di tempat umum atau tempat lainnya yang dapat didengar orang lain; *3)* mengenakan sesuatu pada dirinya berupa benda, kata-kata, atau gambar di tempat umum atau tempat lainnya yang dapat dibaca oleh orang lain; atau *4)* melakukan perampasan nyawa orang, penganiayaan, pemerkosaan, perbuatan cabul, pencurian dengan kekerasan, atau perampasan kemerdekaan berdasarkan diskriminasi ras dan etnis.

Pasal 16

Setiap orang yang dengan sengaja menunjukkan kebencian atau rasa benci kepada orang lain berdasarkan diskriminasi ras dan etnis sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 huruf b angka 1, angka 2, atau angka 3, dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 500.000.000 (lima ratus juta rupiah).

Adapun isi dari Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yaitu:[4] **Pasal 28(2)** Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan informasi yang ditujukan untuk menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan individu dan/atau kelompok masyarakat tertentu berdasarkan atas suku, agama, ras, dan antargolongan (SARA). **Pasal 45(2)** Setiap orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (1) atau ayat (2) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 1.000.000.000 (satu miliar rupiah).

Hate Speech atau ujaran kebencian lebih jelasnya merupakan bentuk ekspresi kebencian terhadap seseorang atau kelompok berdasarkan suku, agama, aliran keagamaan, keyakinan/kepercayaan, ras, warna kulit, antar golongan, etnis, gender, dan bentuk ekspresi itu berupa hasutan untuk melakukan kekerasan, diskriminasi, atau permusuhan dan mengadvokasi hasutan tersebut, dilakukan dengan cara menyebarkan, mengajak atau mempromosikan kebencian dalam berbagai bentuk; tulis, nonverbal, visual atau artistik, dan dapat disebarluaskan melalui media, termasuk internet, barang cetak, radio atau televisi.[5]

---

[4] https://nasional.tempo.co/read/1159326/satgas-antimafia-bola-polri-tangkap-anggota-komite-eksekutif-pssi diakses pada tanggal 23 Desember 2018

[5] Husein Muhammad dan Siti Aminah, *Menangkal Siaran Kebencian* (Cirebon: Fahmina Institut, 2017), h.14-15

Cakupan mengenai *hate speech* ada dua, pertama adalah hasutan. Hasutan untuk melakukan diskriminasi, permusuhan atau kekerasan. Dengan demikian, bukan hanya semata-mata melakukan hasutan untuk kekerasan, namun juga menganjurkan sikap kebencian atas dasar kebangsaan, ras, atau agama. Kedua bersifat publik. Adanya internet dan pemanfaatan media sosial melahirkan berbagai peluang baru dalam melakukan *hate speech*, tindakan yang terkadang tidak bisa dilakukan di dunia nyata. Melakukan kejahatan melalui *hate speech* di media sosial dapat dengan mudah dilakukan. Berbagai motif dan faktor seseorang untuk melakukan *hate speech* pun banyak, namun tujuan yang mereka miliki tetap sama, yaitu mengutarakan kebencian kepada individu maupun kelompok lain.

Menurut Imam Al-Ghazali terkait dengan *hate speech* bahwa:[6] "sebaik-baik keadaan adalah engkau menjaga kata-katamu dari semua bahaya mengumpat, adu domba, bermusuhan, dusta, berdebat dan lain-lainnya dan engkau berbicara mengenai apa yang diperbolehkan, yang tidak ada bahaya atasmu dan atas orang muslim sama sekali, kecuali bahwa engkau berbicara dengan apa yang tidak engkau memerlukannya dan tidak ada keperluan padanya. Maka sesungguhnya engkau telah menyia-nyiakan waktumu dan engkau mengganti apa yang rendah dengan yang baik. Karena sesungguhnya engkau apabila memakai waktu untuk berfikir niscaya terbuka bagimu dari pemberian rahmat Allah ketika berfikir apa yang besar manfaatnya."

Islam telah melarang hal-hal yang menyebabkan kebencian di dalam hati. Islam telah melarang apapun, yang menjauhkan manusia dari sesamanya. Islam juga telah mengharamkan kepada hati seorang mukmin berduka karena akan menjadikan manusia dekat dan bergabung dengan setan. Salah satu hal yang diharamkan yang menyebabkan perpecahan, pertengkaran dan kesedihan, serta sifat saling mengejek dan mengolok-olok yang memberikan bentuk pada sikap ujaran kebencian.

Hal-hal yang berkaitan dengan *hate speech* tidak akan pernah mendapatkan toleransi dalam Islam, dikarenakan *hate speech* hanya akan menimbulkan kemudharatan, sehingga dikhawatirkan perpecahan pada satu bangsa atau sesama muslim bisa terjadi. Perilaku *hate speech* merupakan gerakan dari tiap kelompok agama, budaya, etnis dan sebagainya. Oleh karena itu jika ada berita maupun informasi yang diberikan kepada kita hendaknya diteliti terlebih dahulu sebelum disebarluaskan, karena jika informasi yang diterima tidak sesuai hanya akan menimbulkan konflik pada sesama anak bangsa, terutama yang berkaitan terhadap isu sentimen berupa SARA.

Melihat dari berbagai faktor yang ada untuk melakukan tindak kejahatan ujaran kebencian, disebabkan oleh perubahan zaman yang semakin canggih dengan memanfaatkan sisi negatif dari teknologi. Seseorang yang melakukan ujaran kebencian (*hate speech*) melalui media sosial, disebabkan tidak menghadap

[6] Al-Imam al-Ghazali, Ihya Ulumuddin Menghidupkan Kembali Ilmu-ilmu Agama Bahaya Lisan, Penerjemah: Ibnu Ibrahim Ba"adillah (Jakarta: Republik Penerbit, 2012), h.16.

langsung dengan pihak korban. Hanya menggunakan jari jemari serta perasaan emosi yang cukup untuk menghasut dan menebar *hate speech*.

Masyarakat yang menggunakan media sosial, sebaiknya mengetahui dengan benar apa itu *hate speech*, ciri-ciri, dan cara mengatasinya sehingga mampu menggunakan media sosial sebijak mungkin, sesuai dengan kaidah komunikasi Islam. Sehingga masyarakat dapat mengambil sikap yang tepat jika menemukan atau menerima konten yang mengandung ujaran kebencian di media sosial, salah satunya masyarakat muslim. Masyarakat yang akrab dengan dunia digital berupa aplikasi pada media sosial, seharusnya mengetahui fenomena yang masif terjadi dewasa ini, yaitu *hate speech* (ujaran kebencian). *Hate speech* marak terjadi beberapa tahun belakangan ini, linimasa pada media sosial selalu dibanjiri dengan isu seputar ujaran kebencian terhadap individu maupun kelompok lain.

Hate Speech, Etika, Moral Pengguna Media Sosial di Indonesia

Perkembangan media sosial yang semakin hari semakin pesat, menyebabkan manusia tidak dapat terlepas dari penggunaan media sosial setiap harinya. Dewasa ini media sosial sudah bukan hanya menjadi trend hidup, akan tetapi media sosial sudah menjadi kebutuhan. Perkembangan dari teknologi saat ini menyebabkan manusia untuk tetap selalu terhubung secara mudah dari berbagai belahan dunia.

Kemajuan teknologi dan informasi yang semakin canggih telah menghadirkan perangkat yang mampu membawa manusia berada di seluruh dunia, atau dengan kata lain "dunia dalam genggaman." Istilah ini sejajar dengan apa yang diutarakan oleh Thomas L.Friedman (2007) sebagai *the world is flat* bahwa dunia semakin rata dan setiap orang bisa mengakses apa pun dari sumber manapun.[7]

Dapat dipastikan, sebahagian besar dari masyarakat dewasa ini memiliki media sosial, berupa akun pada facebook, twitter, whatsapp, instagram, path, dan lain-lain. Berbagai aplikasi tersebut telah mengubah cara manusia untuk berkomunikasi pada era digital ini. Jika dahulu perkenalan selalu diiringi dengan bertukar kartu nama, saat ini hanya membutuhkan alamat akun pada media sosial atau melakukan *following*.

Dulu saat surat, memo/catatan, panggilan telepon, sebagai sarana untuk menyampaikan informasi dengan jawaban/respon yang diterima, akan sampai dalam waktu beberapa hari. Sekarang ini email, pesan instan menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari sebagai sarana berkomunikasi. Kemajuan teknologi dan informasi tersebut menyebabkan pesan yang telah dikirim dapat direspon lebih cepat. Bukan hanya cara berinteraksi di antara orang dewasa yang telah berubah (baik dirumah maupun di tempat kerja), ini juga mewakili cara anak-anak dan remaja sekarang berkomunikasi satu sama lainnya.[8]

---

[7] Nasrullah Rulli, *Media Sosial*(Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2015), h. 1

[8] Monks Claire P, Iain coyne, *Bullying In Different Context* (New York: Cambridge University Press, 2011), h.211.

Kemudahan dalam mengakses media sosial menyebabkan komunikasi dapat dengan mudah terjalin. Bukan hanya dengan orang yang berada di sekitar saja, bahkan dengan orang dari belahan dunia lain yang belum dikenal sekalipun. Hal inilah yang menyebabkan media sosial banyak dipilih untuk menjadi media komunikasi.[9]

Media sosial menyebabkan komunikasi terhadap orang jauh terasa dekat. Di media sosial masyarakat bisa memposting bermacam gambar, video, menampilkan status, sesuai dengan keinginan. Media sosial juga bisa disetting sesuai dengan keinginan pemiliknya guna memengaruhi persepsi dan membentuk opini publik. Di satu sisi, media sosial bisa menjadi arena khalayak sebagai wadah untuk bebas berekspresi dalam menyampaikan aspirasi, tetapi di sisi lain, media sosial dimanfaatkan oleh individu atau kelompok yang memiliki kepentingan tertentu.

Memang banyak hal positif yang bisa kita dapatkan dengan adanya nedia sosial, namun ada juga dampak negatif dari penggunaan media sosial yang perlu kita waspadai. Salah satunya adalah penyalahgunaan informasi yang beredar pada media sosial, khususnya digunakan untuk tujuan kejahatan.[10] Karena terkadang khalayak tanpa sadar memposting suatu informasi tentang orang lain yang dapat memicu perbuatan tidak baik, atau berujung kepada perilaku *hate speech*.

Indonesia merupakan bangsa majemuk, yang memiliki beraneka ragam suku, ras, dan agama. Sehingga banyak potensi perubahan sosial terjadi didalamnya. Seiring perkembangan zaman, maka berkembang pula pola komunikasi antar masyarakat Indonesia. Mudahnya mengakses media sosial guna memiliki akun yang bisa dipalsukan, maka semakin mudah tersebar *hate speech* di media sosial. Dengan memiliki akun palsu atau biasa disebut sebagai akun *fake*, pengguna menjadi lebih bebas untuk berekspresi.

Di Indonesia, konsep ujaran kebencian digunakan dalam UU nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yang melarang "setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan informasi yang ditujukan untuk menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan individu dan/atau kelompok masyarakat tertentu berdasarkan atas suku, agama, ras, dan antar golongan (SARA)."

Secara praktis, aturan ini dapat berperan sangat penting dalam menjaga kerukunan masyarakat Indonesia yang sangat plural, terdiri dari berbagai golongan suku, agama, dan ras. Seperti yang kita ketahui, ujaran kebencian di Indonesia semakin menegang, semakin terlihat sejak Pilgub Jakarta 2017 lalu, hal ini terlihat dari banyaknya masyarakat yang terjerat pada kasus ujaran kebencian. Sepanjang 2017 muncul berbagai macam kasus ujaran kebencian *(hate speech),* hingga

---

[9] *Ibid*, h.211

[10] Shahjahan A.T.M, *Kutub Uddin Chisty, Social Media Research and Its Effect on Our Society* (World Academy of Science, Engineering and Technology International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering Vol:8, No:6, 2014), h.2012

diantaranya berujung pada hukuman pidana. Beberapa tindakan pengaduan atau "korban" ujaran kebencian salah satunya ditujukan kepada Presiden.

Kita perlu paham bahwa konsep ujaran kebencian ada untuk mencegah konflik serta menjaga ketertiban umum dalam satu negara. Ia berlandaskan dan dibangun dari semangat kemanusiaan, hal ini menunjukkan bahwa setiap manusia memiliki nilai yang sama pada mata hukum, terlepas darimana mereka berasal, dari golongan mayoritas ataupun minoritas. Ia juga didasari oleh semangat demokrasi yang mendorong diskusi rasional, bukan argumen emosional yang didorong rasa benci dan prasangka. Di saat yang sama kita perlu mengingat bahwa sebagai sebuah bentuk regulasi atas kebebasan berbicara, ia akan selalu membawa resiko penyalahgunaan: sebagai alat pembungkam kritik atau penghambat diskusi dan perkembangan pemikiran.[11]

Karena maraknya ujaran kebencian beredar di media sosial, maka Kapolri mengeluarkan Surat Edaran Mengenai penanganan ujaran kebencian. "Menurut Surat Edaran yang disampaikan oleh Kapolri No SE/06/X/2015 tentang penanganan ujaran kebencian *(hate speech)* di ranah publik. Ada tujuh bentuk ujaran kebencian: yaitu penghinaan, pencemaran nama baik, penistaan, perbuatan tidak menyenangkan, memprovokasi, menghasut, dan menyebarkan berita bohong. Semua tindakan ini memiliki tujuan atau berdampak pada tindak diskriminasi, kekerasan, penghilangan nyawa, dan atau konflik sosial.[12]

Dalam artikel ini, teori etika dan moral sangat berperan dalam permasalahan ujaran kebencian *(hate speech),* baik ujaran kebencian tentang mencela, memprovokasi dan melakukan pencemaran nama baik. Ketiga permasalahan ujaran kebencian yang dilakukan masyarakat dewasa ini berbenturan dengan etika yang seharusnya dijaga, terutama dalam berperilaku sesuai komunikasi Islam. Ucapan serta perilaku seseorang menjadi tolak ukur dalam penilaian baik buruknya tingkah laku perbuatannya.

Wacana ujaran kebencian ini semakin serius manakala banyak kasus perpecahan dan permusuhan yang terjadi melalui media sosial. Semakin hari kasus ujaran kebencian *(hate speech)* membanjiri arena dunia maya, yang menyebabkan perpecahan semakin meluas di negeri ini. Beberapa individu maupun kelompok tidak mampu menjaga komunikasi yang memiliki etika dan moral. Hanya tersisa perkataan keji, mencaci maki lidah yang kotor, kemudian bencana kata-kata, kutukan kepada binatang benda atau manusia, penghinaan, ejekan, mengumpat, adu domba, dan lain sebagainya.

Adapun teori-teori dalam etika dapat dibagi kedalam dua kategori yaitu teori *translatability,* dan teori *untranslatability.* Menurut teori-teori *translatability* istilah-istilah etis dapat diterjemahkan sepenuhnya dalam ungkapan-ungkapan non-etis. Sebaliknya teori-teori *untranslatability* menegaskan bahwa istilah etis sama sekali tidak dapat diterjemahkan kedalam ungkapan-ungkapan non-etis.[13]

---

[11] http://www.remotivi.or.id/kupas/444/Ujaran-Kebencian diakses pada tanggal 23 Desember 2018

[12] Badrodin Haiti, "Penanganan Ujaran Kebencian (*Hate Speech*)", dalam Surat Edaran Kapolri bernomor SE/6/X/2015 (Oktober, 2015), hlm. 2.

[13] Zainal Abidin, *Pengantar Filsafat Barat* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), h.75

Teori *translatability* dapat dibagi ke dalam teori *teleologis* dan teori *deontologis*. Teori teleologis (berasal dari kata *telos* = tujuan) menegaskan bahwa kualitas etis dari suatu tindakan terletak pada konsekuensi, akibat, atau hasil dari tindakan itu. Jika konsekuensi memiliki nilai, maka tindakan itu baik atau bermoral.[14] Sebagai contoh beberapa masyarakat pengguna medsos atau yang akrab disebut netizen mengemukakan pendapatnya tentang demokrasi di Indonesia, dengan mendukung salah satu paslon capres dan cawapres, namun tindakannya tersebut menimbulkan kebencian atau kemarahan pada sebagian masyarakat, disebabkan menggunakan isu yang sensitif seputara SARA, maka dapat dikatakan konsekuensi dari tindakannya tersebut bernilai tidak baik atau tidak bermoral.

Teori *deontologis* menolak teori *teleologis*. Isi dari perkataan, aturan, dan tindakan etis tidak tergantung pada konsekuensinya. Nilainya bukan instrumental, melainkan intrinsik, ada dalam perkataan atau perbuatan itu sendiri.[15] Misalnya, mencela seseorang itu buruk, bukan karena merugikan orang lain, melainkan karena tindakan tersebut memang mengandung hal yang tidak baik dalam dirinya.

Dalam On Liberty (1859), John Stuart Mill berargumen bahwa diskusi dan argumen harus berdasarkan kebebasan serta mampu mendorong hingga batas nalar logika, bukan pula batas emosional atau moral. Suatu argumen tidak boleh dihentikan hanya karena ia terlihat kontroversial, terutama jika argumen tersebut masih mengandung kebenaran. Namun, Mill juga memperkenalkan "prinsip kerusakan" (*harm principle*), sebuah bentuk pembatasan atas kebebasan berbicara yang berbunyi: "satu-satunya saat dimana kekuasaan boleh digunakan untuk menekan suatu individu, adalah untuk mencegah kerusakan pada individu-individu lain."[16]

Prinsip kerusakan inilah yang menjadi acuan agar demokrasi yang berlanjut pada arena media sosial tetap pada koridornya. Diskusi rasional tanpa kekangan memang menjadi tulang punggung demokrasi, namun ketika ujaran yang dilayangkan ternyata lebih banyak menimbulkan kerusakan daripada manfaat, maka ia tidak lagi perlu dilindungi. Hak untuk berbicara juga otomatis berhenti berlaku, ketika seseorang melanggar hak dan reputasi orang lain tanpa justifikasi, sesuai perwujudan konsep pencemaran nama baik, seperti apa yang dilakukan oleh akun-akun pada media sosial dewasa ini yang menggunakan media sosial sebagai sarana untuk melakukan caci-maki, fitnah, serta berbagai macam ujaran kebencian khususnya pada wajah demokrasi.

Oleh karena itu etika tidak hanya berlaku pada dunia nyata saja melainkan juga pada dunia maya. Setiap orang harus beretika ketika menggunakan media sosial, agar terhindar dari kasus-kasus ujaran kebencian *(hate speech)* yang menyebabkan

---

[14] Ibid, h.75

[15] Ibid, h.76

[16] http://www.remotivi.or.id/kupas/444/Ujaran-Kebencian

permusuhan dan saling menebarkan kebencian diantara sesama masyarakat Indonesia, seperti melakukan kegiatan memfitnah, mengadu domba, mencela, dan ujaran kebencian lainnya baik dengan postingan atau berupa gambar meme dan lain-lain. Hal ini perlu diwaspadai sebagai bentuk upaya memecah belah keharmonisan bangsa.

Komunikasi Islam dan Ujaran Kebencian (*Hate Speech*)

Indonesia merupakan Negara yang memiliki populasi masyarakat Islam terbesar didunia, keberadaan umat Islam di Indonesia harus mampu memberikan penyelesaian masalah-masalah sosial yang terjadi dengan berpedoman pada Alquran. Salah satu yang menjadi topik hangat untuk dikaji, sehingga dikhawatirkan jika tidak dilakukan pengkajian mampu merusak tatanan kemanusian Indonesia. Adapun hal yang dimaksud adalah terkait maraknya, berbagai ujaran kebencian (*hate speech*) yang mampu menyayat hati.[17]

Ujaran kebencian merupakaan tindakan yang mampu membuat orang lain tersakiti oleh suatu perkataan atau tulisan yang dipublikasi. Ujaran kebencian merupakan suatu ahlak tercela yang sudah barang tentu kegiatan ujaran kebencian tersebut sangat dibenci oleh agama-agama apapun dan dimana pun. Keberadaan agama dan pengikutnya seyogyanya mampu memberikan *Rahmat* bagi seluruh alam.[18]

Islam hadir tanpa memandang tempat, dimana Islam tersebut akan dihadirkan. Islam merupakan agama yang sempurna dan menyeluruh untuk memberikan solusi bagi problematika pada umat manusia, tanpa memandang nilai-nilai fisik seperti halnya ras dan warna kulitnya. Islam sebagai agama, memiliki andil dalam mencegah tersebarnya ujaran kebencian yang dapat memicu perpecahan dikalangan umat Islam secara khusus dan perpecahan dalam satu bangsa.

Islam menilai penyebaran ujaran kebencian yang dilakukan di media sosial sama sekali tidak benar, mengekspresikan kebencian yang dilakukan di media manapun itu dilarang, baik dunia nyata maupun di dunia maya, seperti apa yang marak terjadi dewasa ini. Islam melarang membenci siapapun dari etnis, kelompok atau suku, dan bangsa tertentu. Islam mengajarkan saling menghormati sesama manusia, baik kepada siapapun, bangsa atau komunitas. Dalam sudut pandang Islam, setiap perbuatan harus melahirkan manfaat bagi siapapun. Masyarakat seharusnya memanfaatkan berbagai media sosial yang ada, untuk kepentingan masyarakat sebagai bangsa. Karena Islam sangat melarang perbuatan yang mengakibatkan permusuhan pada tatanan sosial, dan melarang melakukan perbuatan fitnah yang mengakibatkan perselisihan.

---

[17] Afner Gus Chandra, *Ujaran Kebencian Dalam Perspektif Alquran*, https://www.terasliterasi.com/2018/04/17/ujaran-kebencian-dalam-perspektif-al-quran/, diakses tanggal 23 Desember 2018

[18] Afner Gus Chandra, Ujaran Kebencian Dalam Perspektif Alquran, https://www.terasliterasi.com/2018/04/17/ujaran-kebencian-dalam-perspektif-al-quran/, diakses tanggal 23 Desember 2018

Tampaknya sangat jarang sekali bahwa satu hari berlalu tanpa skandal. Sangat perlu bagi kita untuk mengenal etika dalam komunikasi, terutama yang dicontohkan oleh komunikasi Islam, yang dapat membekali kita dengan berbagai pengetahuan dan petunjuk agar dapat menghidari persoalan komunikasi dalam kehidupan yang dikhawatirkan berujung pada ujaran kebencian *(hate speech).*

Dalam berkomunikasi menurut Islam, ada beberapa tujuan pokok yang harus dilakukan, pertama mengajak manusia seluruhnya agar menyembah kepada Allah SWT dan tidak menyembah selain Allah SWT. Kedua, mengajak kaum muslimin agar mereka ikhlas beragama karena Allah SWT, agar perbuatan kita sesuai dengan keimanan. Dan ketiga, mengajak manusia untuk meyakini bahwa Allah akan mewujudkan kesejahteraan dan keselamatan bagi seluruh umat manusia.[19]

Hukum Islam hadir untuk kepentingan dan kebaikan bersama, guna menjaga kehormatan sesama manusia. Berbagai ajaran Islam yang harusnya dipraktikkan oleh umat muslim. Artinya dalam kehidupan kita harus saling melindungi, saling menjaga, saling menghormati, semuanya adalah bentuk dari setiap ajaran kebaikan. Bukan malah saling mengolok-olok sesama, menghasut kebencian, memprovokasi agar terjadi keributan, menjatuhkan nama baik atau bahkan menghina individu maupun kelompok lain.

Berbicara, memberikan pendapat pada ruang demokrasi merupakan salah satu bentuk masalah yang sering timbul ketika berkomunikasi beberapa tahun belakangan ini, baik itu berkomunikasi di dunia nyata maupun di dunia maya. Oleh karenanya banyak aturan dan etika ketika seseorang berbicara atau berkomunikasi kepada individu ataupun kelompok lain. Menggunakan jalan diskusi serta komunikasi yang sesuai dengan etika, moral, dan kaidah komunikasi Islam.

Jika kita hidup di dunia ini jauh dari ajaran Islam, hal itu juga menjadi salah satu faktor hadirnya ujaran kebencian (*hate speech*) pada kehidupan kita. Karena kehidupan yang dibalut dengan akidah-akidah Islam, akan melahirkan akhlak-akhlak yang Islami, yang selalu menebarkan kebaikan dan kasih sayang. Menerima berbagai perbedaan, dengan cara hidup berdampingan dengan suku, agama dan golongan yang berbeda. Dapat saling menghormati tanpa saling menjatuhkan. Jika dalam menyampaikan pendapat bertujuan untuk memperingati atau memberikan nasehat, maka hendaknya menggunakan kalimat yang halus namun tegas agar dapat dipahami dan diterima oleh orang lain.

Adapun untuk mengetahui bagaimana orang-orang seharusnya berkomunikasi, kita harus melacak kata kunci yang digunakan oleh Alquran untuk komunikasi. Selain *al-Bayan* kata kunci untuk berkomunikasi yang banyak disebut dalam Alquran adalah *al-Qaul,* dengan memperhatikan kata "qaul" kita dapat menyimpulkan enam prinsip

[19] Endah Sri Rahayu, *Ujaran Kebencian di Media Sosial*, Skripsi (Yogyakarta :Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2012)

komunikasi: yaitu *qaulansadida*, *qaulan aligha*, *qaulan maysura*, *qaulan layyina*, *qaulan karima*, *qaulan ma'rufa.* Prinsip komunikasi yang pertama dalam Islam, adalah *qaulansadida* yang berarti berkata benar.[20]

Dalam Islam, etika komunikasi pada media sosial memiliki beberapa aturan: Pertama, yang selalu diutamakan adalah tabayyun. Tabayyun setelah mendapatkan informasi, apakah informasi yang didapat itu telah benar adanya, atau hanya provokasi saja. Kedua, jangan mengumbar privasi terlalu vulgar atau terang-terangan. Mengumbar privasi kita di media sosial memang mudah dilakukan, namun harus berhati-hati karena kemungkinan besar bisa saja dimanfaatkan oleh orang lain untuk menjatuhkan privasi kita. Ketiga, berteman di media sosial hanya dengan orang yang dikenal. Berteman dengan seseorang yang kita kenal artinya media sosial kita sama dengan lingkungan yang selalu mendukung kehidupan kita. Keempat, jangan menggugah informasi yang berbaru SARA, pornografi, dan juga ujaran kebencian *(hate speech).* Jika seseorang telah terpancing emosinya, atau adanya kekecewaan maka kita tidak berpikir panjang untuk menggugahnya di media sosial. Maka sebaiknya hindarkan dari perdebatan di media sosial dan mengunggah hal-hal yang berkaitan dengan tindakan, serta perilaku negatif.

Dalam hal ini MUI Mengeluarkan fatwa terkait bermuamalah di media sosial bahwasanya memproduksi, menyebarkan, dan membuat konten/informasi tentang berita palsu/bohong, mencela, fitnah, pencemaran nama baik, aib, bullying, ujaran kebencian, dan hal-hal lain sejenis yang menyangkut urusan pribadi orang lain dan/atau kelompok hukumnya haram.

Ketentuan Hukum yang terdapat dalam beberapa bagian yaitu:

1. Ghibah adalah penyampaian informasi faktual tentang seseorang atau kelompok yang tidak disukainya.
2. Fitnah merupakan informasi bohong tentang seseorang atau kelompok tanpa berdasarkan kebenaran dan bukti, disebarkan dengan maksud menjelekkan agar dapat menodai nama baik, dan mampu menjatuhkan kehormatan orang lain.
3. Namamah adalah bentuk adu domba antara satu individu dengan individu yang lain, menceritakan perbuatan orang dengan maksud untuk menjelekkan yang lainnya, kemudian menyebabkan seseorang dapat saling membenci.
4. Ranah publik adalah wilayah yang diketahui sebagai wilayah terbuka yang bersifat publik, termasuk dalam media sosial seperti twitter, facebook, grup media sosial, dan sejenisnya. Wadah grup diskusi di grup media sosial masuk kategori ranah publik.

Fatwa MUI Nomor 24 Tahun 2017 membahas keharaman ujaran kebencian *(hate speech)* bahkan dengan tujuan kebaikan. Jelas bahwa berdasarkan Fatwa MUI

[20] Jalaludin Rakhmat, Islam Aktual Refleksi Sosial Seorang Cendekiawan Muslim (Bandung: Penerbit Mizan,1994) h.77.

Nomor 24 Tahun 2017 ujaran kebencian suatu keharaman. Sesuatu yang haram harus dijauhi dan tidak boleh dilakukan, bahkan kalau bisa harus diberi tindakan tegas agar tidak dilakukan lagi oleh orang lain. Selain memiliki dampak yang cukup serius ujaran kebencian sangat bertentangan dengan 6 etika komunikasi yang telah dijelaskan oleh Alquran yaitu *qaulansadida*, *qaulan aligha*, *qaulan maysura*, *qaulan layyina*, *qaulan karima*, *qaulan ma'rufa.* tentu saja hal yang menyangkut ujaran kebencian diatas difatwakan haram, begitu pula dengan hukum di Indonesia termasuk dalam tindak kejahatan.

Penutup

Dengan semakin meluasnya ruang diskusi di dunia maya, terutama di media sosial, diantaranya menimbulkan masalah yang berdampak negatif. Dampak negatif itu sering terjadi dengan mudahnya terjadi akibat bentuk komunikasi dan pertukaran informasi melalui situs jejaring sosial antar sesama pengguna media sosial menyebarkan konten berita yang memiliki muatan penghinaan, pencibiran atau pencemaran nama baik atau biasa dikenal sebagai bentuk dari ujaran kebencian *(hate speech).*

Sering sekali masyarakat lupa bahwa niat yang awalnya hanya ingin mengeluarkan kata-kata berupa status di media sosial, dapat dibaca oleh para pengguna lain. Sehingga status yang mereka tampilkan pada linimasa merupakan konsumsi publik. Jika status dituliskan kepada setiap hal yang mengarah pada tindak ujaran kebencian sangat mudah sekali untuk diviralkan dan tersebar begitu cepat, sehingga sang pemilik akun akan dapat mudah ditangkap dan dijerat pada hukuman tindak pidana ujaran kebencian.

Komunikasi mendapat perhatian sangat besar oleh agama Islam dan mengarahkan agar setiap muslim memakai etika Islam dalam berkomunikasi. Hal itu dapat dibuktikan dengan banyaknya ayat-ayat yang berkaitan dengan komunikasi Islam, baik dalam Alquran maupun hadits. Islam sebagai wahyu yang diberikan Allah mengajarkan kepada umatnya agar mampu berkomunikasi dengan baik sesuai dengan akidah yang telah diajarkan. Dengan berpedoman kepada Al Qur'an. Sebab hanya manusia satu-satunya makhluk yang Allah berikan karunia untuk mampu berbicara dan menggunakan akal sebaik-baiknya dalam melakukan tindakan.

Dengan kemampuan tersebut manusia mampu dan memungkinkan untuk dapat membangun suatu hubungan sosial pada manusia lain dengan berkomunikasi. Dalam berkomunikasi Allah telah memberikan petunjuk bagi hambanya, agar mereka mampu menjalin komunikasi yang baik. Komunikasi yang sesuai dengan ajaran Alquran dengan memegang teguh prinsip dan etika, sehingga komunikasi dapat berjalan sesuai dengan yang diharapkan.

Tujuan dalam berkomunikasi dapat tercapai, sehingga komunikasi dapat dikatakan baik dan tentunya pada saat ini bukan hanya di dunia nyata melainkan juga dunia

maya berupa media sosial, karena komunikasi yang dilakukan pada dunia maya dapat berdampak pada dunia nyata, yang berujung pada tindak pidana kejahatan berupa ujaran kebencian *(hate speech).* Dampak dunia maya adalah nyata sehingga hendaklah manusia menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi sebijak mungkin sesuai dengan etika dan moral serta berlaku sesuai kaidah komunikasi Islam.

Sebagai umat mayoritas pemeluk agama Islam di negara ini, hendaknya memegang Al Qur'an sebagai pedoman hidup, disamping itu, Islam tidak ingin membiarkan umatnya berkomunikasi tanpa memiliki panduan dalam berkomunikasi, agar mampu terhindar dari kegiatan ujaran kebencian (*hate speech*) tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Imam al-Ghazali. 2012. *Ihya Ulumuddin Menghidupkan Kembali Ilmu-ilmu Agama Bahaya Lisan*. Penerjemah: Ibnu Ibrahim Ba□adillah (Jakarta: Republik Penerbit)

Badrodin Haiti. 2015. "*Penanganan Ujaran Kebencian (Hate Speech)*". dalam Surat Edaran Kapolri bernomor SE/6/X/2015

Endah Sri Rahayu. 2012. *Ujaran Kebencian di Media Sosial*, Skripsi (Yogyakarta :Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga)

Jalaludin Rakhmat. 1994. *Islam Aktual Refleksi Sosial Seorang Cendekiawan Muslim* (Bandung: Penerbit Mizan)

Husein Muhammad dan Siti Aminah. 2017. *Menangkal Siaran Kebencian* (Cirebon: Fahmina Institut)

M Choirul Anam dan Muhammad Hafiz, 2015, *Surat Edaran Kapolri Tentang Penangan Ujaran Kebencian (Hate Speech) dalam Kerangka Hak Asasi Manusia* (Jakarta:Jurnal Keamanan Nasional Pusat Kajian Keamanan Nasional, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Monks Claire P, Iain coyne. 2011. *Bullying In Different Context* (New York: Cambridge University Press)

Nasrullah Rulli. 2015. *Media Sosial*(Bandung: Simbiosa Rekatama Media)

Shahjahan A.T.M. 2014. *Kutub Uddin Chisty, Social Media Research and Its Effect on Our Society* (World Academy of Science, Engineering and Technology International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering Vol:8, No:6)

Zainal Abidin. 2011. *Pengantar Filsafat Barat* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada)

Website/Media Online:

http://koran-sindo.com/page/news/2017-12-09/0/2/4_Kasus_Hate_Speech_Di_ Indonesia diakses pada tanggal 23 Desember 2018

https://nasional.tempo.co/read/1159326/satgas-antimafia-bola-polri-tangkap-anggota-komite-eksekutif-pssi diakses pada tanggal 23 Desember 2018

http://www.remotivi.or.id/kupas/444/Ujaran-Kebencian diakses pada tanggal 23 Desember 2018

https://www.terasliterasi.com/2018/04/17/ujaran-kebencian-dalam-perspektif-al-quran/, diakses tanggal 23 Desember 2018

Biodata Penulis

Nama : **Ahmad Rudy Sihaloho**

T.Tl : Sidikalang 19 02 1971

Dikum : - SDN. tamat 1984
- MTSN. 1987
- PGAN.1990
- S1 F.Dakwah IAIN 1995.
- S2 KOMI 2009.

Dikbang :- Diklatsarmil Pusdik Ajen TNI AD 1997 Bandung.
- Dikjur Bintal Polri 2000. Pusdikmin Polri Bandung
- Diklat Pim Tk.IV 2001 Bandung

Jabatan : - Ksbag Rohjas Biro SDM Polda Sumut 2018

‘KECEBONG DAN KAMPRET’ DALAM KOMUNIKASI *CYBER SPACE* POLITIK INDONESIA: UPAYA MENCAIRKAN KETEGANGAN

Hermansyah Putra

Pendahuluan

Suhu politik yang memanas mulai terjadi sejak Presiden Joko Widodo bertarung dengan Ketua Umum Partai Gerindra Prabowo Subianto dalam ajang Pilpres 2014. Walaupun pilpres 2014 telah usai dan Joko Widodo sebagai pemenang pilpres, sinisme masih terus berlanjut. Pertarungan kedua kandidat terus berlanjut pada Pilpres 2019, Presiden Joko Widodo dengan Prabowo Subianto. Di media sosial muncul sebutan bagi pendukung Presiden Joko Widodo, yaitu *“kecebong”*, dan orang-orang yang berada pada barisan oposisi kerap disebut sebagai *“kampret.”*. Istilah-istilah itu biasa digunakan di dunia maya, dan sering difungsikan sebagai ejekan antarkubu dari masing-masing pendukung.

Pengamat politik dari Universitas Gadjah Mada Wawan Masudi mengatakan hal itu masih terjadi hingga sekarang karena masif digunakan di media sosial. “Ini dimensi fenomena sosial, dampak langsung penggunaan medsos sebagai alat kampanye, saling menjatuhkan lawan politik,” Sebutan cebong dan kampret, kata Wawan, awalnya dilakukan warganet guna mengelompokkan perbedaan pilihan politik masyarakat. Dua sebutan itu cukup menghangatkan situasi politik jelang pemilu dan sesudahnya.[1] Hal itu kerap dianggap sebagai upaya membangun sinisme dan ekspresi politik yang terlau fanatis, bentuk dari para pendukung yang tidak membiarkan para masing-masing kandidat untuk menuai kritikan.

Ketua Pemuda Muhammadiyah Dahnil Anzar Simanjuntak mengatakan, riuhnya debat kusir politik dan maraknya hoaks di media sosial merupakan fenomena pendukung fanatik tokoh politik di media sosial. Fenomena tersebut memancing perdebatan antar kubu dan memperparah cara berpolitik masyarakat Indonesia. “Masalah yang dihadapi bukan sekadar pelaku politiknya saja tapi supporter politiknya juga,” ujar Dahnil saat meluncurkan buku berjudul Nalar Politik Rente di Gedung Pimpinan Pusat Muhammadiyah, Jakarta, Rabu (28/2/2018). Gejala tersebut, kata dia, dialami oleh generasi muda Indonesia. Dalam fenomena ini, seseorang terlalu mengidolakan tokoh politik yang disukainya. Apapun perkataan

[1] https://www.cnnindonesia.com/nasional/20180709153148-32-312746/cebong-dan-kampret-sinisme-dua-kubu-nihil-gagasan diakses pada tanggal 23 Desember 2018

dan perilaku yang dilakukan oleh idolanya akan selalu dianggap benar. Jika tokoh idolanya dikritik di media sosial, sang penggemar justru akan melawan balik dengan keras.[2]

Perlahan-lahan, gaya masyarakat berpolitik jadi tak ada bedanya seperti suporter bola. Kita menjadi fanatik. Tim sepakbola lawan pasti salah, titik. Urusannya jadi sekadar menang atau kalah. Mereka pikir menang adalah segalanya. Mereka ada di dimensi yang jauh berbeda dengan elite politik. Konflik, konsensus, dan kompromi adalah barang yang masih asing untuk masyarakat. Padahal, persaingan elite politik kita dari dulu begitu-begitu aja. Tidak ada kawan dan lawan abadi. Konflik biasa, konsensus dan kompromi pun cair-cair saja. Mendadak cari wapres ulama atau mendadak cari wapres yang langsung *auto* santri ya santai saja. Bermain di dua kaki ya biasa. Pindah kubu politik pun adalah praktik-praktik lama.[3]

Berbeda di negara yang telah matang dalam berdemokrasi, para pendukung kandidat lebih kritis mengamati ide-ide serta gagasan calon pemimpin dan partai politiknya. Baik politikus dan para pendukung kerap bertarung melalui ide, gagasan, kebijakan yang akan diimplementasikan, dan bukan pada persoalan yang ada pada identitas diri atau beberapa labelisasi dari masing-masing pendukung paslon tidak hanya pada persoalan cebong dan kampret akan tetapi juga masuk pada nilai-nilai SARA seperti yang terjadi di Indonesia.

Fenomena labelisasi ini dinilai menjadi salah satu indikator bahwa sistem demokrasi di Indonesia masih perlu diperbaiki."Indonesia belum sampai level ide gagasan sebagai komoditas utama dalam pertarungan. Komoditas utamanya masih identitas bahkan diperparah dengan labelisasi yang diproduksi tidak jelas begitu," ucap Wawan.[4] Labelisasi tersebut menarik perhatian banyak orang. Salah satunya, tokoh agama Abdullah Gymnastiar alias Aa Gym. Dalam ceramahnya, Aa Gym meminta sesama manusia dilarang saling memanggil dengan sebutan buruk, seperti kecebong dan kampret. Menanggapi hal itu, Wawan berpendapat Komisi Pemilihan Umum (KPU) perlu berperan aktif menyikapi hal tersebut. Ia meyakini media sosial masih akan menjadi alat kampanye dalam pemilu mendatang.[5]

'cebong' dan 'kampret' adalah olok-olok politik yang paling sering muncul di media sosial. Keduanya digunakan untuk mensimbolkan polar-polar yang berbeda. Cebong ditempelkan kepada kelompok pendukung Jokowi, dan kampret untuk pihak yang pro-Prabowo.Yang saya tahu, sebutan 'cebong' dan 'kampret' hampir

---

2 https://nasional.kompas.com/read/2018/03/01/12123821/fenomena-pendukung-fanatik-di-medsos-dan-hilangnya-akal-sehat. Diakses pada tanggal 23 desember 2018

3 https://news.detik.com/kolom/d-4167753/pilpres-2019-dan-fanatisme-politik-yang-tak-perlu diakses pada tanggal 23 Desember 2018

4 https://www.cnnindonesia.com/nasional/20180709153148-32-312746/cebong-dan-kampret-sinisme-dua-kubu-nihil-gagasan diakses pada tanggal 23 Desember 2018

5 https://www.cnnindonesia.com/nasional/20180709153148-32-312746/cebong-dan-kampret-sinisme-dua-kubu-nihil-gagasan diakses pada tanggal 23 Desember 2018

setiap hari muncul di panggung edarnya, yaitu di forum online, kolom komentar berita, meme, blog-blog pribadi dan entah apa lagi. Meski sudah jelas itu salah dan mempunyai konotasi jelek, seperti ditulis banyak artikel di media online dan cetak, yang menyeru agar kita segera menyudahinya, tapi sekali lagi, olok-olok politik tampak terus muncul di panggungnya. Padahal, bukankah semua paham, bahwa mengatakan atau menyematkan rupa-rupa olok-olok pada diri orang lain atau kubu pasti akan memunculkan ketidaksenangan, ketersinggungan, bahkan kebencian, tetapi, tetap saja olok-olok politik muncul. Namun, yang menarik, di tempat yang lain, saya pernah membaca dan mendengarkan beberapa pendapat berbeda tentang olok-olok. Mereka mengatakan bahwa olok-olok tidak lah selalu bermakna jelek, buruk dan negatif (namun dengan catatan bahwa asal olok-olok itu tidak dibarengi kata-kata kebencian, hujatan dan fitnah). Sebagian teman saya menegaskan bahwa olok-olok adalah katub dari semua kondisi yang dihadapi negara dengan ragam-ragam masalah namun tidak ditemukan satu pun pintu penyelesaian. Olok-olok adalah katub dari semua rasa jengkel yang menumpuk-numpuk. Kata mereka, tidak baik kalau terus dipendam. Memang, fanatisme yang berlebihan dan rasa benci yang diletakkan tidak pada tempat semestinya, atau yang sesuai takarannya, adalah sama-sama bahayanya. Berapa banyak orang sudah menulis dan ingin menyadarkan kita bahwa segala sesuatu atau apapun yang dilakukan dengan berlebihan itu sama-sama negatifnya dan sama-sama besar bahayanya.[6]

Islam secara tegas melarang memanggil dan memberi gelar buruk (mengolok-olok) untuk orang lain. Yang dimaksud memberi gelar buruk (mengolok-olok) adalah menghinakan dan merendahkan orang lain. Sebab, terkadang orang yang dihina itu bisa jadi lebih terhormat di sisi Allah dan bahkan lebih dicintai-Nya daripada orang yang menghina. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Alquran memiliki arti: "Wahai orang-orang yang beriman, janganlah suatu kaum mengolok-olok kaum yang lain, (karena) boleh jadi mereka (yang diperolok-olok) lebih baik daripada mereka (yang mengolok-olok). Jangan pula perempuan-perempuan (mengolok-olok) perempuan lain, (karena) boleh jadi perempuan (yang diperolok-olok) lebih baik daripada perempuan (yang mengolok-olok). Janganlah kamu saling mencela satu sama lain dan janganlah saling memanggil dengan gelar-gelar yang buruk." (QS Al Hujurat: 11).

Desmon menilai, awal munculnya istilah itu karena adanya kepentingan politik. Selain itu, ia melihat permusuhan dua kubu ini merupakan suatu kemunduran bagi Indonesia. "Ya itu kan mainan-mainan saja, mainan dari kelompok tertentu. Ini soal kepentingan yang akhirnya membuat perbedaan, ini kan soal kekuasaan. Ini kan mundur, langkah mundur bagi bangsa antar warga saling serang cebong kampret." Istilah cebong

[6] https://www.nu.or.id/post/read/100778/diskusi-santri-al-muayyad-windan-kita-bukan-cebong-dan-kampret

biasanya lekat dengan pendukung Jokowi dan Ahok, sedangkan kampret biasanya lekat dengan pendukung Prabowo dkk. Wakil Ketua Komisi III itu menjelaskan mengenai kepemimpinan saat ini. Menurutnya, dua kubu itu disibukkan dengan perdebatan kepemimpinan hingga mengakibatkan perdebatan."Kekuasaan 5 tahunan ini ya bagi kita kayak mimpi, enggak kerasa. Jokowi sudah 3 tahun menjelang 4 tahun. Kalau nanti tidak terpilih lagi, sudah jadi rakyat biasa," ujar Desmond. Lebih lanjut, terkait dengan penggunaan istilah "cebong" dan "kampret" ini, Desmond sedikit menyinggung masa kepemimpinan Presiden Jokowi. Bahkan ia mencurigai kepemimpinan Jokowi lebih parah dibandingkan dengan SBY. "Semua ini kan ada perimeter yang jelas. Kita lihat selama dia (Jokowi) berkuasa membawa manfaat enggak? Jangan-jangan lebih parah dibanding SBY, gitu kan? Kalau membawa parah akhirnya membuat cebong malu yang kampret merasa senang," ujarnya.[7]

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membangun dan membentuk ruang baru dalam komunikasi politik di alam demokrasi. Kita bisa melihat fenomena dalam ruang publik pada ruang maya *(cyberspace)* telah menjadi salah satu agen komunikasi politik. Dan komunikasi politik dewasa ini dibangun dalam bentuk diskursus publik. Komunikasi politik yang bertipikal demikian menjadi tanda bahwa peran publik dalam pengambilan keputusan sangat mutlak diperlukan, terutama dari banyaknya partisipasi masyarakat untuk membantu para calon atau biasanya kampanye melalui media sosial.

Ruang di jaman posmodernisme justru mengenyam nikmatnya kebebasan setelah tidak dijajah secara ideologis oleh sang waktu.[8] Dan salah satu wilayah diskursus tempat segala kehendak dan keinginan publik diaktualisasikan adalah ruang maya atau dunia maya. Tetapi diskursus di ruang ini tidak hendak menafikan diskusi yang memanas antara kecebong dan kampret hingga mampu menyertnya pada ruang nyata. Sehingga yang terlihat adalah bahwa *cyberspace* merupakan medan eksploratif komunikasi politik secara cepat dan melibatkan massa dalam jumlah besar tanpa batasan wilayah. Perdebatan dalam menunjukkan fanatisme dan kegaduhan yang tak memiliki nalar akan terjadi melibatkan skala nasional bahkan hingga global. Seperti halnya para pendukung yang berada pada barisan pro pemerintah akan berhadapan dengan pendukung yang kontra dalam hal ini pendukung oposisi yang kebetulan bekedudukan dalam perbedaan wilayah, kerja dan tinggal di luar Indonesia namun masih memiliki hak untuk memilih seperti halnya para tenaga kerja Indonesia, akademisi, cendikiawan, mahasiswa dan lain-lain.

Tidak hanya pada dinding linimasa facebook pada umumnya, ada satu fenomena yang juga paling jamak berlangsung di media sosial Indonesia adalah, perang argumen,

---

[7] https://kumparan.com/@kumparannews/istilah-cebong-dan-kampret-suatu-kemunduran-demokrasi-27431110790541551 diakses pada tanggal 23 Desember 2018

[8] David Harvey, *The Condition of Postmodenity,Basic Blackwell,* Cabridge,1990,h.229.

pada Twitter dan biasa disebut sebagai Twitwar. Adu argumen ini boleh dibilang bersifat laten. Betapa tidak, di hampir setiap isu, terutama isu menyangkut politik hingga agama, hampir dipastikan akan berakhir dengan adu komentar. Karena media sosial telah menihilkan sekat-sekat kelas sosial, maka medium ini juga telah berhasil mendemokratisasi suara-suara dari pihak-pihak yang selama ini terpinggirkan. Dengan begitu, pihak-pihak yang terlibat dalam berbagai perdebatan tidak terbatas kelas atau kelompok sosial tertentu. Tidak heran kalau di media sosial kita bisa menyaksikan debat antara anggota Dewan Perwakilan Rakyat dan konstituennya, jurnalis dengan sesama jurnalis, atau antara dosen dengan pekerja kantoran.

Saking jamaknya fenomena twitwar, sampai-sampai lahir akun khusus yang merangkum segala jenis twitwar yang berlangsung salah satunya adalah akun: info twitwar. Dengan adanya akun itu, para penonton setia twitwar tidak perlu repot-repot untuk *scrolling*, atau kecewa tak bisa melihat isi akun lawan karena salah satu akun yang terlibat twitwar digembok. Akun info twitwar merangkum aktivitas debat kusir online itu dengan *screenshoot* gambar. Perang argumentasi semacam itu seringkali tidak jauh berbeda dengan debat kusir, perdebatan yang berlangsung panjang dan tak berkesudahan. Pun ketika argumen salah satu pihak sudah begitu terang mengandung *logical fallacy*, atau sudah jelas keliru, tetap saja hal itu tidak serta-merta mengakhiri perdebatan. Malah, yang terjadi perdebatan akan merembet ke isu-isu lainnya.

Menurut pakar psikologi siber Dr Dawn Branley, salah paham dalam percakapan di media sosial bukanlah hal yang mengejutkan. Menurutnya, "Kata-kata yang tertulis di media sosial (cuitan atau status) gagal menampilkan makna yang sesungguhnya dari pesan, ide-ide, humor, atau emosi yang ingin disampaikan penulisnya". Hal itu, menurutnya disebabkan karena apa yang tertulis di media sosial, "tak memiliki ekspresi wajah dan bahasa tubuh yang membantu kita untuk lebih memahami, (sehingga) kata-kata yang ditulis di media sosial mudah untuk disalahartikan."Reaksi emosional lain yang paling dirasakan orang ketika berdebat di dunia maya adalah kemarahan. Persentase menyangkut reaksi ini mencapai angka 13,5 persen. Sebaliknya, dan fakta yang sungguh mengejutkan, ternyata 5,7 persen saja yang merasa antusias, bahkan hanya 1,6 persen responden yang merasa bangga melakukan perdebatan online. Tentang temuan ini, Branley mengungkapkan bahwa, "Walau mungkin saja beberapa pengguna media sosial menemukan bahwa beradu argumen secara online merupakan bentuk dari catharsis atau pelepasan energi negatif yang mereka miliki, namun berbagai studi justru menemukan bahwa berkoar-koar di media sosial malah semakin mengintensifkan perasaan negatif si pengguna media sosial, bukan menguranginya."[9]

[9] https://kumparan.com/@kumparannews/alasan-ramainya-pertengkaran-di-media-sosial diakses pada tanggal 23 Desember 2018

Apa yang terjadi baru-baru ini juga sangat terlihat buruk dan sangat mengkhawatirkan, hilangnya nyawa dari salah satu pendukung. Pendukung calon Presiden-Wakil Presiden Joko Widodo-Ma'ruf Amin menembak simpatisan Prabowo Subianto-Sandiaga Uno dengan senjata rakitan di Sampang, Jawa Timur, Rabu (21/11/2018).[10]

Pembahasan

Kecebong dan Kampret dalam Labelisasi Politik

Menjelang Pemilihan Umum Presiden (Pilpres) 2019 yang sudah semakin dekat, arah politik sudah memutuskan dua nama yang akan bertarung pada pilpres 2019. *Head-to-head* kembali terjadi antara Presiden Jokowi Widodo dan Prabowo Subianto, setelah sebelumnya bertarung pada Pilpres 2014.

Peneliti Perkumpulan untuk Pemilu dan Demokrasi (Perludem) Fadil Ramadhanil mengatakan konflik terjadi karena memang hanya tersedia dua pilihan bagi masyarakat, dan itu sudah terbentuk pada Pilpres sebelumnya. "Polarisasi makin terbelah dan pemilih tidak diberikan alternatif lain," kata Fadil kepada reporter *Tirto*. Polarisasi ini diperparah dengan sikap elite politik yang sikapnya konfrontatif. Masalahnya, mereka seperti tak mau tahu apa dampak yang terjadi di akar rumput atas apa yang mereka pertontonkan selama ini. "Mereka kan bagian dari kontestasi ini dan mengambil keuntungan di akar rumput. Kalau ada yang mengarah kepada kontak fisik dan pembunuhan, ya mereka datang ke sana dan kendalikan dong bagaimana harusnya berpolitik dan berkampanye itu," pungkas Fadil.[11]

Perkembangan Informasi dan media sosial yang saat ini menjadi alat politik harus benar-benar mendapat pengawasan yang ketat, terutama dari para pihak yang berperan memberikan keamanan dan kenyamanan menyambut pentas politik yang sebentar lagi akan berlangsung. Antisipasi terhadap kegaduhan politik sangat diperlukan dengan berkaca kepada Amerika Serikat yang benar-benar memanfaatkan media sosial sebagai alat politik. Gelombang panas terhadap politik diyakini telah terjadi di Indonesia labelisasi yang terjadi pada masing-masing pendukung paslon. Sebutan kecebong dan kampret adalah bukti bahwa masyarakat Indonesia telah terbagi menjadi dua akibat pilihan politik, yang menjadi kekhawatiran tali silaturahmi masyarakat dapat terputus akibat perbedaan pandangan politik.

Dalam globalisasi, peran media terutama media elektronik dalam perubahan sosial sangatlah penting. Menurut analisis globalisasi secara sosilogi dan kultural (seperti Giddens 1999 dan Tomlimson 1999), media seperti televisi satelit, internet, komputer, telepon genggam dan sebagainya mampu meningkatkan keterhubungan

[10] https://tirto.id/pilpres-2019-ketika-beda-pandangan-politik-berujung-duel-maut-dasF diakses pada tanggal 23 Desember 2018

[11] https://tirto.id/pilpres-2019-ketika-beda-pandangan-politik-berujung-duel-maut-dasF diakses pada tanggal 23 Desember 2018

(interconnectedness) jarak dan fleksibilitas interaksi sosial. Secara paralel juga menyebabkan perubahan gradual dalam wilayah sosial dan komunikasi politik. Keterikatan *cyberspace, publicsphere* dan opini publik tidak lagi dipertanyakan. Banyak *publicsphere* yang muncul sebagai forum diskusi politik dan pembentukan opini yang merupakan hasil interaksi beberapa negara yang berbeda yang saling terkoneksi satu sama lain sebagai bentuk intensnya jangkauan media.[12]

Artikel *bbc.com* berjudul *Kamus Nyinyir Pilkada Jakarta yang Dipakai di Media Sosial* (12/4/2017), tertulis ada beberapa istilah yang digunakan untuk melabeli dan menyerang lawan politiknya. Sebut saja "si mulut jamban", "kaum bumi datar", "cebonger", "bani taplak", "bani serbet", dan lain-lain. Sebagaimana diketahui, pada Pilkada DKI 2017, pendukung Ahok juga merangkap kubu Jokowi, sedangkan pendukung Anies Baswedan merangkap kubu Prabowo. Kalau kecebong, barangkali karena hobi Jokowi memelihara kodok sehingga pengikutnya disebut kecebong. Sederhananya, kecebong adalah hewan yang bakal menjadi kodok ketika besar. Sedangkan kampret adalah kelelawar kecil atau bisa disebut anak kelelawar. Memang, mencintai dengan membabi buta sama bahayanya dengan membenci yang membabi buta. Begitu juga, mencintai kubu yang satu dengan merawak rambang sama buruknya dengan membenci tanpa perhitungan. Sebab, yang seperti ini biasanya ngawur dan emosional menjadi andalan utama. [13]

Sebutan "cebong" dan "kampret" yang kerap diasosiasikan ke pendukung petahana dan oposisi mendadak populer di media sosial selama proses menjelang pilpres 2019 berlangsung. Analis Media Sosial Ismail Fahmi mengungkapkan, bahwa identitas "cebong" ternyata lebih populer ketimbang identitas "kampret". Ismail dalam pemaparannya mengatakan, frekuensi pendukung Jokowi menyebut dirinya sendiri sebagai "cebong" juga lebih besar ketimbang pendukung Prabowo menyebut dirinya sendiri 'kampret'. Hal tersebut menunjukan bahwa, warganet yang bisa disebut paling nyinyir adalah kampret.[14]

Peneliti Saeful Mujani *Research & Counsulting* (SMRC) Saidiman Ahmad pernah menyebut, penggunaan istilah "cebong" dan "kampret" berpeluang memecah belah bangsa. Bila hal itu terjadi, menurutnya, akan sulit mengembalikan integrasi bangsa. Saidiman mengungkapkan, labelisasi serupa "cebong" dan "kampret" pernah digunakan di negara Rwanda ketika perang berkecamuk. Ketika itu, musuh menganalogikan lawannya sebagai kecoak. Ia khawatir penggunaan istilah tersebut masuk kategori berbahaya bagi integrasi bangsa. "Ketika terjadi pembelahan sosial perlu bertahun-tahun untuk balik kembali. Seperti kasus Ahok, masyarakat pecah

---

12 Fritska Emelia, *Peran Media dalam Cyberspace, Informational Politics, dan Public Sphere*, Jurnal Hubungan Internasional Volume VI No. 1Tahun 2013

13 https://www.bbc.com/indonesia/trensosial-39562532 dikses pada tanggal 23 Desember 2018

14 https://www.republika.co.id/berita/nasional/politik/18/11/14/pi6xw1409-analis-medsos-cebong-lebih-populer-daripada-kampret

kubunya. Padahal, masyarakat itu inginnya harmoni," katanya dalam diskusi di Jakarta pada Jumat (12/10).[15] .

Di antara momen itu terdapat beberapa momen politik yang semakin mempertegas jurang dan kegaduhan keduanya sehingga semakin memuncak, adalah yang terjadi pada saat Pilkada DKI Jakarta berlangsung, serangkaian aksi berjilid, pertarungan politik di tingkat lokal, hingga terakhir menguat kembali pada masa kampanye Pilpres 2019. Momen politik DKI Jakarta tersebut yang diikuti serangkaian isu dan digiring untuk saling berperan antagonis, membuat nuansa sinisme dan pengelompokan itu semakin kuat. Identitas antara "pro" dan "kontra" atau pendukung dan oposisi semakin dipertegas di antara masing-masing pendukung.

Harus diakui, fenomena merebaknya cebong dan kampret ini memang bagian dari penetrasi perkembangan teknologi informasi, khususnya internet dan media sosial, dalam langgam politik di Indonesia. Akibatnya memunculkan fenomena kecebong vs kampret, padahal jika dilihat pada pilpres sebelum 2014 berlangsung, kegaduhan dan perdebatan politik ditubuh masyarakat tidak terlihat. Tidak ada *labeling* yang terjadi pada masing-masing pendukung pasangan calon, masyarakat hanya terfokus pada visi dan misi serta dari parpol mana para paslon berasal.

Kontestasi antara kecebong dan kampret ini sama sekali tidak menyegarkan pada ruang publik. Lantaran nihilnya adu gagasan yang substantif serta mengandung kebaruan. Sebaliknya, perdebatan di antara mereka justru lebih mengarah pada pesan-pesan permusuhan dan kebencian yang tidak berbasiskan nalar dan akal sehat. Kadang persoalan yang remeh temeh, yang cenderung tidak mengubah kondisi hidup masyarakat Indonesia justru menjadi ajang perdebatan yang tiada habisnya. Saling serang, melakukan *labeling*, dan upaya "goreng-menggoreng" isu adalah lakon pada wajah politik Indonesia dewasa kini.

Semakin kesini publik semakin jengah dengan polarisasi kecebong dan kampret ini. Bahaya yang mengintainya itu perlu segera direspons bersama. Sebab, di balik kontestasi politik yang melibatkan massa dalam jumlah besar tanpa diikuti dengan adu nalar dan gagasan ini, terdapat kekhawatiran akan mengarah pada disintegrasi keabangsaan. Perpecahan masyarakat berbasiskan perbedaan identitas menjadi bahaya yang harus dibayar bila persaingan tidak sehat akan terus berlanjut antara kecebong dan kampret.

Komunikasi Cyber Space dan Wajah Demokrasi Indonesia

Peran media *cyberspace* dalam mempengaruhi pemerintahan merupakan sebuah bentuk politik informasional dengan karakteristik yang berbeda dengan politik tradisional, terutama pada substansi politik itu sendiri. Poin penting yang

[15] https://news.detik.com/kolom/d-4304388/kelakar-tompi-pesan-hijrah-jokowi-dan-matinya-cebong-kampret diakses pada tanggal 23 Desember 2018

patut digaris bawahi adalah kehadiran media elektronik seperti televisi, radio, surat kabar dan internet yang telah menjadi ruang khusus bagi politik (Volkmer dalam Castell 1997). [16]

Perkembangan teknologi komunikasi telah merambah kehidupan umat manusia. Salah satu bentuk perkembangan teknologi komunikasi adalah media baru *(new media)* yang kemudian melahirkan media sosial *(social media)*. Kehadiran media sosial juga mempengaruhi bidang politik. Studi di Amerika Serikat menunjukkan media sosial alat kampanye yang efektif. Sebelum era media sosial, politisi di Negeri Paman Sam sudah memanfaatkan internet untuk media berkampanye. (Chavez, 2012; Stietglitz & Dang Xuan, 2012). [17]

Aktivisme online merupakan bagian dari bentuk aktualisasi dari praktik politik digital dalam masyarakat. Adapun pengertian digital politik memiliki pengertian multi intepretatif, namun demikian kristalisasi dariberbagai macam konsep tersebutkemudian merujuk pada terbentuknyaruang publik dalam dunia maya *(cyberspace)* (Postill, 2012). Ruang tersebut adalah arena non struktural, dinamis, dan egaliter yang memungkinkan semua orang untuk berpartisipasi dan berpendapat melalui jejaring online. Perkembangan *cyberspace* di Indonesia memang lambat, namun menunjukkan trendpositif dalam persebarannya. Membicarakan aktivitas online dalam kasus gerakan politik kelas menengah Indonesia perlu dilihat dalam beberapa tahapan seperti halnya kesadaran politik *(political awareness),* civicengangement (keterikatan sipil), maupun juga gerakan politik *(political movement)*. Dalam setiap tahapan tersebut, gerakan politik yang ditampilkan oleh kelas menengah Indonesia memiliki karakter politik yang beragam satu sama lainnya.[18]

Teknologi berperan besar dalam menyempitkan waktu, ruang, dan jarak sehingga saling terkoneksi satu sama lainnya dalam satu ruang bernama ruang siber *(cyberspace)*. Dalam ruang tersebut, semua orang lintas benua dan lintas negara kemudian bisa saling berdiskusi dan berinteraksi satu sama lainnya. Dengan kata lain, keberadaan internet telah banyak membantu adanya proses pendalaman demokrasi *(democracy deepening)* dalam masyarakat sehingga masyarakat mampu tampil sebagai *demos* seutuhnya. Terdapat dua tujuan pentingdalam relasi antara *cyberspace* dengan demokrasi yakni *1)* aktivisme dan *2)* preservasi. Makna aktivisme merujuk pada pengertian pada terbentuknya gerakan politik sedangkan makna preservasi yakni lebih dilihat bahwa cyberspace sebagai ruang demokrasi.[19] Besarnya jumlah pengguna internet dan media

---

16 Fritska Emelia, *Peran Media dalam Cyberspace, Informational Politics, dan Public Sphere*, Jurnal Hubungan Internasional Volume VI No. 1Tahun 2013

17 Faridhian Anshari, *Komunikasi Politik di Era Media Sosial Jurnal komunikasi*, ISSN 1907-898X Volume 8, Nomor 1, Oktober 2013

18 Wasisto Raharjo Jati, *Cyberspace, Internet, Dan Ruang Publik Baru: Aktivisme Online Politik Kelas Menengah Indonesia,* Jurnal Pemikiran Sosiologi Vol. 3 No. 1 Januari 2016

19 Wasisto Raharjo Jati, *Cyberspace, Internet, Dan Ruang Publik Baru: Aktivisme Online Politik Kelas Menengah Indonesia,* Jurnal Pemikiran Sosiologi Vol. 3 No. 1 Januari 2016

sosial turut mengubah iklim politik di Indonesia. Penyampaian ide dan gagasan mulai berpindah ke media - media digital. Di media sosial tidak mengenal istilah one man one vote, justru satu orang bisa memiliki kekuatan yang setara dengan puluhan, atau ratusan orang di dalam mempengaruhi persepsi publik.[20]

Sejak sekitar satu dekade lalu, obrolan politik bukan lagi barang mewah milik elite parpol, pemerintah, akademisi, dan mahasiswa. *Public sphere* yang digagas Juergen Habermas, tempat di mana orang bisa saling berargumen tentang politik, sudah '*going digital*'. Semua orang bisa ikutan dari anak nongkrong sampai emak-emak. Namun, berbeda dengan ruang publik sungguhan, ruang publik di dunia maya susah dikontrol. Anda mau tampil anonim atau menjadi *alter ego* tidak ada yang melarang. Ruang diskusi bercampur antara fakta dan fiksi, antara argumen dan sentimen. Disadari atau tidak, media sosial menjadi "*fear factory*" yang terasa betul menebarkan ketakutan kita sejak hingar bingar Pilpres 2014, berlanjut ke Pilkada DKI 2017, dan pasti akan berlanjut ke Pilpres 2019.[21]

Incumbent atau petahana dalam Pemilihan Kepala Daerah dan juga Pemilihan Presiden, memiliki berbagai keunggulan seperti media, jaringan hingga akar rumput, dan mesin politik, dibanding penantang. Namun, Pakar Komunikasi Digital, Anthony Leong menyatakan ada strategi lain untuk menumbangkan petahana Secara umum *incumbent* atau petahana memiliki keunggulan dibandingkan calon penantang. Namun, di era teknologi ini, *cyber space*, informasi elektronik dan strategi digital dapat menjadi "senjata ampuh" untuk menumbangkan petahana," ujar Anthony Leong di Jakarta, Senin (14/8).[22]

Media sosial bisa diibaratkan sebagai pedang bermata dua. Ia bisa menjadi alat yang luar biasa dahsyat untuk melawan, seperti yang ditunjukkan oleh Revolusi yang terjadi pada belahan dunia. Di sisi lain, media sosial juga berpotensi menjadi alat pemecah belah yang tidak kalah hebat. Pada tataran mikro, seperti dalam konteks perkawanan, media sosial juga bersifat demikian. Beragam aplikasi media sosial yang ada bisa merekatkan jalinan perkawanan yang dipisahkan oleh jarak dan waktu. Dan sebaliknya, bisa juga merenggangkan hubungan antarkawan, atau yang terburuk; membalikkan itu semua, dari kawan menjadi lawan.

Seperti yang kita tahu, mayoritas pendukung Jokowi dan kubunya adalah pihak-pihak yang mengaku Islam moderat dan cenderung mengusung kebebasan berpikir, sedangkan kebanyakan dari pendukung Prabowo berada di pihak sebaliknya, dengan anggapan mereka adalah bagian dari kalangan Islam fundamental. Melihat

---

[20] https://www.beritasatu.com/investor/447147-cyber-space-dan-strategi-digital-ampuh-kalahkan-petahana.html diakses pada tanggal 23 Desember 2018

[21] https://news.detik.com/kolom/d-4167753/pilpres-2019-dan-fanatisme-politik-yang-tak-perlu diakses pada tanggal 23 Desember 2018

[22] https://www.beritasatu.com/investor/447147-cyber-space-dan-strategi-digital-ampuh-kalahkan-petahana.html diakses pada tanggal 23 Desember 2018

fenomena yang terjadi pada sosial media seperti *Facebook*. Dapat memberikan gambaran bahwa ada banyak wacana yang dilemparkan, baik dari pendukung Jokowi maupun Prabowo. Entah itu *hoax* atau berita asli, atau julukan cebong dan kampret yang selalu ada menghiasi linimasa. Yang paling menyedihkan, nalar sehat dari masing-masing pendukung seakan hilang begitu saja berbagai lontaran kata yang tidak senonoh sering bermunculan. Komunikasi yang tidak sehat terus dipertontonkan saling serang atau akrab dengan sebutan nyinyir itu dimulai semenjak kontestasi Pilpres 2014 usai, dan terus berlanjut di Pilkada DKI 2017, hingga menuju pada Pilpres 2019 mendatang.

Di bagian sebelumnya sudah dipaparkan bahwa media sosial masih belum dimanfaatkan dengan baik oleh para aktor politik di Indonesia. Tantangan pertama adalah hilangnya batas-batas status sosial di dunia media sosial. Menurut Coutts & Gruman (2005: 254) dalam komunikasi yang termediasi dengan komputer, maka para peserta komunikasi akan mendapatkan kesetaraan partisipasi yang lebih luas daripada tatap muka. Pendapat tersebut memang mengacu pada aktivitas komunikasi dalam organisasi.[23]

Mengapa berdebat di dunia maya, seperti di Facebook atau di Twitter, marak terjadi. Collete Snowden, pengajar di School of Communication, International Studies komunikasi dan linguistik asal University of South Australia mempunyai jawaban atas pertanyaan ini. Menurut artikel yang ditulisnya di *The Conversation*: berita, gosip, dan debat-debat politik telah berlangsung sepanjang sejarah umat manusia. Apakah itu di dewan-dewan suku pada zaman prasejarah, forum kota di zaman romawi, di dewan-dewan kota, di bar-bar, atau warung kopi, komunikasi dan perdebatan menyangkut politik adalah hal yang lumrah. Snowden menambahkan bahwa sudah menjadi kebutuhan dan naluri manusia untuk mendebat kebijakan publik atau kekuasaan politik, menyebarkan berita, atau mengecam pemerintah. Media sosial hanyalah medium termutakhir yang mampu menampilkan karakteristik itu tadi. Media sosial meniscayakan manusia untuk saling berkomunikasi dan memperoleh informasi penting dengan cepat tanpa batas ruang dan status sosial. Namun interaksi yang terbangun hampir selalu diiringi perdebatan hingga polarisasi antarpendukung kelompok yang berbeda. Kritiknya atas fenomena ini adalah simplifikasi dari isu-isu yang kompleks menjadi sebatas pertengkaran kata-kata, fenomena yang membuat isu-isu tersebut kadang menjadi kabur. Lebih lanjut, Snowden berpendapat bahwa, debat-debat di media sosial yang berubah secara cepat mengubah posisi politik masing-masing pihak menjadi saling berhadap-hadapan, membuat pesan-pesan yang mereka sampaikan tampak seperti pengulangan saja, dan seringkali tanpa resolusi.[24]

---

[23] Faridhian Anshari, *Komunikasi Politik di Era Media Sosial Jurnal komunikasi*, ISSN 1907-898X Volume 8, Nomor 1, Oktober 2013

[24] https://kumparan.com/@kumparannews/alasan-ramainya-pertengkaran-di-media-sosial diakses

Namun relevan apabila dibawa ke dalam konteks komunikasi politik di era media sosial. Dengan adanya media sosial, maka para aktor politik pun harus menyadari meskipun dia secara riil adalah pejabat tinggi atau partai politik yang berkuasa, tetapi posisinya di media sosial akan setara dengan *user* lain. Maka dari itu para aktor politik harus siap-siap saja menghadapi kritik (bahkan beberapa di antaranya cenderung pedas) *user* lain. Media sosial merupakan rimba raya, dan praktis tidak ada peraturan di dalamnya Apabila tantangan itu tidak dihadapi dengan bijak, maka hasilnya aktor politik atau para pendukung tersebut justru malah menjadi bahan cibiran di dunia maya yang rentan akan menimbulkan persoalan baru yang mengarah pada perpecahan.

Dalam bentuk diskusi buku *Mediatisasi Agama, Post Truth dan Ketahanan Nasional* (2018) dengan berdiskusi langsung dengan penulisnya yaitu Moh Yasir Alimi, dosen Universitas Negeri Semarang yang merupakan Wakil Ketua Pengurus Wilayah PWNU Jawa Tengah. Yasir menjelaskan, radikalisasi terjadi karena proses algoritmik media sosial yang menempatkan manusia pada klik dan klan yang satu selera saja. Akibatnya masyarakat terbelah secara ideologis pada ruang ideologis yang tertutup (*eco chambers*) dan saling berhadapan satu sama lain."Masyarakat menjadi terbelah antara cebong dan kampret. Penyebutan dengan nama binatang tersebut adalah tanda pengerasan ideologis dan pengelompokan yang ekstrem. Kalau dulu hanya bani daster dan bani serbet, Sekarang lebih parah menjadi cebong dan kampret," katanya. *Eco chambers* ini, menurut dia, berbahaya karena menyebabkan menjadi radikal yaitu cebong kampret bukan sekadar pilihan politik, tapi juga kita menganggap bahwa pihak lawan adalah malapetaka bagi bangsa dan negara. Bahkan menganggap lawan sebagai binatang. "Dulu cebong kampret hanya tentang pilihan pilpres saja. Kita dalam segala hal masyarakat menjadi terbelah antara cebong dan kampret. Dulu hanya persoalan politik saja sekarang ke persoalan personal," katanya. "Dengan derasnya arus informasi yang kita akses di medsos kita merasa bahwa kita meluas, padahal sejatinya kita menyempit dan dialienasi dari kemanusiaan dan keragaman kita," tegasnya.[25]

Upaya Mencairkan Ketegangan

Fenomena kecebong dan kampret ini menunjukkan sisi ironisnya pentas politik di Indonesia. Hal ini, menandakan hilangnya gagasan dan visi dalam politik itu sendiri. Padahal, pertarungan gagasan adalah sebuah esensi dari sistem demokrasi yang dimiliki oleh Indonesia. Pasca-Reformasi, bangsa ini sering diklaim sebagai salah satu negara demokrasi terbesar di dunia. Merupakan sutu kebalikan jika hal ini pernah terjadi. Melihat apa yang terjadi pada dewasa ini, minimnya gagasan politik dan menjadikan pertarungan hanya berdasarkan label tertentu saja, yang

pada tanggal 23 Desember 2018

[25] https://www.nu.or.id/post/read/100778/diskusi-santri-al-muayyad-windan-kita-bukan-cebong-dan-kampret

memberikan *output* bahwa hanya sebatas persoalan fanatisme dari kecebong dan kampret.

Aku kecebong, dan kamu kampret, atau sebaliknya, adalah suatu *labeling* yang digunakan untuk melakukan kebencian berdasarkan identitas belaka. Fenomena kecebong dan kampret ini tidak akan kita temukan dalam negara-negara yang telah matang dalam berdemokrasi. Para pendukung kandidat dalam pemilu di negara itu akan lebih kritis mengamati ide-ide serta gagasan calon pemimpin dan partai politiknya, dan mengutamakan perdebatan yang berdasarkan pada nalar logika.

Majalah New Statesman pernah mengulik persoalan itu melalui sebuah survey mengenai reaksi dan dampak psikologis yang ditimbulkan ketika berdebat di media sosial. Hasilnya, menurut survei itu; 60 persen dari 385 responden mereka menyatakan bahwa jantung dan adrenalin mereka berdegup kencang ketika terlibat dalam perdebatan online. Sebanyak 50 persen responden juga merasa "agak" terlibat secara emosional dalam perdebatan online itu.[26]

Perlu kiranya dalam hal ini, gagasan, ide, dan visi menjadi pokok perbincangan. Namun sangat ironi ketika menjelang Pilpres yang akan datang komoditas utama masyarakat masih berputar dalam persoalan identitas, bahkan diperparah dengan adanya pengelompokan dan labelisasi yang diproduksi dengan maksud untuk memberikan pengkotakan kepada masyarakat. Semua ini harusnya dapat diubah.

Meski begitu, bukan berarti kondisi tak bisa diperbaiki bersama. Upaya menghapus polarisasi cebong dan kampret itu bisa dilakukan bila kita (*demos*) sebagai subjek utama demokrasi mulai sadar untuk menggeser orientasi berpolitik kita, dari berdasarkan identitas dan labelisasi ke arah politik dengan gagasan dan visi publik. Dengan cara itu, perdebatan publik tak akan lagi mempersoalkan hal yang remeh dan tidak berkaitan dengan kemajuan kehidupan rakyat. Namun, politik lebih diarahkan kepada pembahasan mengenai cara terbaik mengatasi masalah-masalah warga. Ruh dan martabat politik harus kembali untuk mengatasi kesulitan, masalah, dan tantangan sebagai suatu negara. Dan, demokrasi harus direhabilitasi sebagai jalan untuk menentukan opsi terbaik yang akan dipilih oleh warga tersebut.

Upaya untuk membuat masyarakat kembali berbaur sebetulnya telah digulirkan berbagai pihak, termasuk perorangan, kelompok masyarakat, ulama, dan pemerintah. Sikap GNPF Ulama atau Persaudaraan Alumni 212 terhadap menyeberangnya Kapitra Ampera yang dikenal sebagai pengacara inisiator gerakan 212, Habib Rizieq Shihab, ke Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) dan dukungan Tuan Guru Bajang Tengku Zainul Majdi untuk Jokowi sebetulnya bisa menjadi contoh positif cara merespons perbedaan pandangan politik.[27]

---

[26] https://kumparan.com/@kumparannews/alasan-ramainya-pertengkaran-di-media-sosial diakses pada tanggal 23 Desember2018

[27] https://republika.co.id/berita/kolom/fokus/18/08/01/pcsb3b318-meredakan-ketegangan-jelang-pilpres diakses pada tanggal 23 Desember 2018

Kita harus menjadi bangsa yang menebarkan kebenaran dan menghapus seluruh kebencian, menanamkan prasangka baik dan menghapuskan segala prasangka buruk terhadap orang lain, terutama kepada sesama anak bangsa. Berhenti melakukan kegaduhan dan mulai merawat kembali kerukunan, menjalin persaudaraan. Berbagai upaya tersebut juga menjadi penting bagi kita untuk kembali mendorong politik identitas dan labelisasi menjadi politik yang penuh gagasan dan visi. Pertarungan nalar dan logika harusnya digunakan agar mampu mendorong polarisasi kecebong dan kampret hari ini, sehingga upaya pembelahan masyarakat dapat berakhir. Atau dapat dikatakan mengarahkan masyarakat dari perang kebencian menjadi perang gagasan. Singkatnya, dari polarisasi menjadi bersatu kembali untuk membicarakan hal-hal yang lebih penting. Bahwa kita sebagai bangsa Indonesia tak perlu lagi terpolarisasi menjadi cebong dan kampret karena urusan politik yang jauh dari logika dan akal sehat.

Kita harus bersatu menjadi warga (*demos*) yang mulai memikirkan gagasan dan visi untuk membangun Indonesia secara bersama. Persaingan itu kita alihkan dari berbasis identitas dan *lebeling* menjadi kontestasi ide, gagasan, dan visi dalam konteks demokrasi. Dengan begitu, cebong dan kampret akan sama-sama mati. Demi mewujudkan Indonesia yang maju, mandiri, berdaulat, berkepribadian, dan saling menjaga antar perbedaan.

Jika dilihat dari berbagai persoalan yang masif untuk melakukan pembelahan terhadap masyarakat, adapun upaya yang harus diperhatikan dan dapat dilakukan oleh para pendukung dalam mencairkan ketegangan antara lain berupa: *1)* penguatan literasi agar menangkal *hoax* yang selalu disebarkan oleh para pendukung, *2)* meninggalkan warna labeling dari masing-masing pendukung, *3)* tidak membiarkan fanatisme berlarut, *4)* belajar menyikapi perbedaan dan menjadi dewasa dalam berdemokrasi dengan menerima kekurangan yang dimiliki oleh para paslon, sehingga mampu menerima kritikan dari yang berbeda pandangan.

Penutup

Ruang maya memang banyak menjanjikan harapan (rising expectations), sekaligus juga menimbulkan frustrasi (rising frustration).[28] Soal-soal inilah yang mesti kita antisipasi yaitu ekses positif dan negatif dari teknologi. Tehnologi sejatinya melayani manusia. Pelayanan tehnologi bagi manusia sebenarnya membuat manusia semakin bertumbuh dalam berbagai aspek kehidupan. Hasrat positif manusia yang tidak sempat diaktualisasikan dalam ruang nyata diekspresikan secara bebas di sebuah ruang virtual atau maya. Ruang ini memberikan kebebasan kepada manusia. Cyber space menjadi pasar global antara apa yang baik dan buruk. Ruang ini merupakan ruang publik. Tidak ada batasan untuk mengakses ruang ini.

[28] Hardiman, F. Budi. *Demokrasi Deliberatif.* Kanisius: Yogyakarta. 2009. h.314

Begitu banyak fenomena publik yang dipasarkan di sana. Dan debat publik untuk memberikan pertimbangan politis kepada para penegak hukum terjadi secara sporadis di ruang ini. Terutama menjelang Pilpres 2019 mendatang, menunggalkan kesan negatif yang tersisa hanya ujaran kebencian dan fanatisme berujung labeling antara cebong dan kampret.

Fenomena facebook hanya salah satu narasi besar *(grand narative)*, diantaranya masih ada lagi sosial media lainnya seperti Twitter, Instagram, Whatsapp dan beberapa media sosial lainnya. dari begitu banyak narasi besar lainnya. Tentu saja fenomena ini perlu diakui kualitasnya baik dari segi tindakan kontrol sosial atau pembentuk opini masyarakat terhadap nilai-nilai politis. Yang sangat unik dari pemaknaan postmodernisme terhadap konsep ruang adalah munculnya istilah Cyberspace atau hyperspace.[29] *Cyberspace* merupakan *an undefined spatiality*.[30] Sebuah bentuk baru dari spasialisasi. Perkembangan konsep ruang dalam postmodernisme ini dipicu oleh cepatnya tehnologi informasi dan komunikasi bermain bersama manusia di dunia tempat manusia itu berada. *Cyberspace* sebenarnya tidak memproduksi apapun tetapi di dalamnya segala sesuatu ditawarkan dan dipasarkan. Cyberspace bisa disebut market place yang relitasnya adalah virtual, maya dan menjadi sebuah metafor budaya manusia. *Cyberspace* hanya nyata secara virtual di mana waktu dan materialitas dihilangkan.[31]

Ada tiga tahapan penguasaan ruang oleh mesin waktu. *Pertama*, tahap alamiah yaitu ketika ruang secara terbatas dikuasai oleh tenaga alamiah (tenaga kuda, manusia) yang hanya menjelajahi ruang yang terbatas. *Kedua,* tahap mekanis, ketika ruang dikuasai oleh mesin-mesin yang memungkinkan adanya gejala ekspansi dan eksplorasi ruang dalam skala global. *Ketiga,* tahap mikroelektronik, ketika ruang dikuasai oleh mikroprossesor yang kecepatanya mendekati kecepatan cahaya, sehingga memungkinkan terbentuknya hipersinkronisasi ruang yaitu tumpang tindinya berbagai ruang dalam satu media.[32]

Tahap yang ketiga inilah yang disebut sebagai bentuk baru dari ruang di mana ruang itu bukan sekedar pola imajinatif tetapi suatu realitas yang sifatnya menyeberang, sehingga sering disebut *hiperealitas.* Saya ambil contoh, untuk memberikan informasi kepada seseorang yang berada dari luar daerah bahwa terjadi kerusuhan pada salah satu wilayah di Indonesia, si informan hanya menekan beberapa digit nomor telepon seluler atau sekedar bermain di atas *keyboard* komputer, maka informasi itupun bisa diketahui secara cepat di tempat lainnya. Tidak seperti sebelumnya, informasi itu harus berjalan dalam waktu yang lama berupa sistem transportasi dan komunikasi yang lambat. Salah satu kondisi unik

[29] Yasref Amir piliang, dunia yang *dilipat*, Mizan:Bandung, 1998,hal.333.

[30] *Op.cit.* h.230

[31] *Op.cit.* h.333

[32] *Ibid.* Yasref Amir piliang, h.334.

dari perhelatan ruang sebagai bentuk *cyberplace* adalah *simulacrum*. *Simulacrum* sendiri berarti suatu kondisi dari replika di mana keaslian (kenyataan, realitas) dan kepalsuan (imitasi,imajinasi) sulit untuk dicari titik perbedaannya. Namun pada gilirannya *simulacra* dilihat, dialami dan dipandang sebagai realitas. Maka ruang maya adalah sebuah realitas baru yang ditawarkan secara baru.

Ketika ruang publik sebagai fondasi berjalannya demokrasi secara prosedural tidak berjalan dengan baik. Maka kebutuhan untuk membentuk saluran representasi maupun ruang publik baru menjadi sangat urgen dan signifikan pada masyarakat Indonesia. Oleh karena itulah manakala penetrasi internet sudah sedemikian masif dalam masyarakat, maka saat itulah kemudian *cyberspace* ditempatkan sebagai ruang publik dan saluran representasi baru publik. Indonesia juga memberikan pengaruh besar dalam terbentuknya kesadaran politik publik. Berkat berbagai macam informasi yang disajikan dalam cyberspace tersebut kemudian menampilkan kelas menengah yang gagal dalam kritis dan mengedapankan persoalan remeh temeh terhadap perkembangan politik mutakhir. Meskipun kesadaran itu masih sangat negatif dengan melihat berbagai konstelasi politik tersebut dipandang sebagai urusan fanatisme serta labeling.

Kendati demikian setiap proses baru pada dunia maya seringkali menjadi masalah bagi para pengguna mengingat banyaknya sebaran terhadap ujaran kebencian, dan labeling antara cebong dan kampret menjelang Pilpres 2019 mendatang. Berbagai persoalan masif yang terjadi pada *cyberspace* itu tentunya dapat dihentikan dengan cara: *1)* penguatan literasi agar menangkal *hoax* yang selalu disebarkan oleh para pendukung, *2)* meninggalkan warna labeling dari masing-masing pendukung, *3)* tidak membiarkan fanatisme berlarut, *4)* belajar menyikapi perbedaan dan menjadi dewasa dalam berdemokrasi dengan menerima kekurangan yang dimiliki oleh para paslon, sehingga mampu menerima kritikan dari yang berbeda pandangan.

Secara bertahap kesadaran politik itu sudah melembagakan diri dalam bentuk ikatan-ikatan korporatisme yang dijalin melalui *cyberspace* tersebut. Dalam kasus Indonesia sendiri, kontestasi antara negara dengan masyarakat dalam internet sebagai ruang publik diperlihatkan dari adanya serangkaian regulasi yang berusaha untuk mengontrol internet seperti halnya UU Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) 2008 maupun juga kampanye "Internet Sehat dan Aman" dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo). Sementara masyarakat terutama kalangan netizen berusaha untuk resisten. Apalagi jika mencermati pasal-pasal dalam UU ITE tersebut kerap kali digunakan untuk menjerat para netizen dengan tuduhan phising, bullying, dan lain sebagainya, dimana yang utama sebenarnya lebih mengarahkan kepada pengawasan negara terhadap aktivitas internet dalam dunia maya khususnya yang berkaitan pada ujaran kebencian dan *hoax* menjelang Pilpres 2019. Masalah

kedua, perlu adanya transformasi aktivitas internet bagi kelas menengah Indonesia sendiri untuk lebih produktif dalam menggunakan internet. Selama ini aktivitas leisure and pleasure memang masih mendominasi terhadap aktivitas intenet publik, namun perlu sekiranya ada perubahan terhadap aktivitas tersebut sebagai aktivitas perubahan. Dinamika kelas menengah Indonesia kini menunjukka menuju arah gerakan perubahan sosial. Hal tersebutdari berbagai macam percakapan medias osial yang berusaha mempengaruhi dan mengajak anggota masyarakat lain untuk berpartisipasi dalam kampanye politik yang sehat dan mengedapankan nilai-nilai rasionalitas.

Daftar Bacaan

David Harvey.1990. *The Condition of Postmodenity.* Basic Blackwell:Cabridge

Hardiman, F. Budi. 2009.*Demokrasi Deliberatif.* Kanisius: Yogyakarta.

Yasref Amir piliang.1998.*Dunia Yang Dilipat,* Mizan:Bandung.

Jurnal:

Faridhian Anshari, Komunikasi Politik di Era Media Sosial Jurnal komunikasi Volume 8, Nomor 1, Oktober 2013.

Fritska Emelia, Peran Media dalam Cyberspace, Informational Politics, dan Public Sphere, Jurnal Hubungan Internasional Volume VI No. 1Tahun 2013.

Wasisto Raharjo Jati, Cyberspace, Internet, Dan Ruang Publik Baru: Aktivisme Online Politik Kelas Menengah Indonesia, Jurnal Pemikiran Sosiologi Vol. 3 No. 1 Januari 2016.

Website/Media Online:

https://www.bbc.com/indonesia/trensosial-39562532 dikses pada tanggal 23 Desember 2018.

https://www.beritasatu.com/investor/447147-cyber-space-dan-strategi-digital-ampuh-kalahkan-petahana.html diakses pada tanggal 23 Desember 2018.

https demokrasi-//kumparan.com/@kumparannews/istilah-cebong-dan-kampret-suatu-kemunduran-27431110790541551 diakses pada tanggal 23 Desember 2018.

https://kumparan.com/@kumparannews/alasan-ramainya-pertengkaran-di-media-sosial diakses pada tanggal 23 Desember 2018.

https://www.cnnindonesia.com/nasional/20180709153148-32-312746/cebong-dan-kampret-sinisme-dua-kubu-nihil-gagasan diakses pada tanggal 23 Desember 2018.

https://news.detik.com/kolom/d-4304388/kelakar-tompi-pesan-hijrah-jokowi-dan-matinya-cebong-kampret diakses pada tanggal 23 Desember 2018.

https://news.detik.com/kolom/d-4167753/pilpres-2019-dan-fanatisme-politik-yang-tak-perlu diakses pada tanggal 23 Desember 2018.

https://nasional.kompas.com/read/2018/03/01/12123821/fenomena-pendukung-fanatik-di-medsos-dan-hilangnya-akal-sehat. Diakses pada tanggal 23 desember 2018.

https://www.nu.or.id/post/read/100778/diskusi-santri-al-muayyad-windan-kita-bukan-cebong-dan-kampret diakses pada tanggal 23 Desember 2018.

https://www.republika.co.id/berita/nasional/politik/18/11/14/pi6xw1409-analis-medsos-cebong-lebih-populer-daripada-kampret diakses pada tanggal 23 Desember 2018.

https://republika.co.id/berita/kolom/fokus/18/08/01/pcsb3b318-meredakan-ketegangan-jelang-pilpres diakses pada tanggal 23 Desember 2018.

https://tirto.id/pilpres-2019-ketika-beda-pandangan-politik-berujung-duel-maut-dasF diakses pada tanggal 23 Desember 2018.

Biodata Penulis

Nama. **H. Herwansyah putra, SH, M, Si.**
Medan, 26 April 1972
Polri.
Jl. Sari Gg. Teratai 1.No. 4 Marendal.
Sratus Kawin anak 2.

RITUALITAS MEDIA GENERASI MILENIAL

Abdul Hafiz Harahap

Ketika sebuah pertanyaan sederhana dilontarkan kepada sekelompok mahasiswa di ruang kelas, *"Apa yang pertama sekali dilakukan setelah bangun dipagi hari?"* Hampir seluruh dari mereka menjawab bahwa membaca notifikasi pada gawai adalah aktifitas mengawali hari mereka. Pertanyaan serupa juga dipertanyakan kepada kelompok mahasiswa yang berbeda. Jawaban yang sama pun terlontar dari lisan mereka.

Apabila beranjak dari situasi tersebut, maka dapat diberikan kesimpulan sementara bahwa kelompok mahasiswa saat ini cenderung melakukan aktifitas menggunakan gawai sebagai pembuka hari-hari mereka. Memang, harus disadari bahwa menggenaralisasikan hal itu adalah sesuatu yang terlalu dini. Idealnya harus dilakukan kajian yang komprehensif untuk dapat menarik simpulan demikian.

Kondisi seperti yang digambarkan dalam fenomena tersebut memberikan bukti bahwa media, dalam hal ini *new media* (media baru), memberi dampak terhadap perubahan perilaku manusia khususnya bagi mereka yang dikategorikan sebagai generasi milenial yang menjadi pengguna aktif gawai dan perangkat elektronik lainnya. Gawai atau *gadget* seakan menjadi teman setia yang yang senantiasa dibawa kemanapun pemiliknya pergi dan berada. Bahkan, apabila gawai tertinggal di rumah atau suatu tempat, maka pemiliknya seakan merasa kehilangan melebihi kehilangan dompet yang berisi sejumlah uang. Tentu saja gawai yang dimaksudkan adalah gawai yang terkoneksi dengan jaringan internet.

Terkoneksinya gawai dengan internet akan menghasilkan hubungan antar masyarakat hingga pada lintas geografis bahkan mengaburkan batas-batas geografis itu sendiri. Terhubung berarti dapat melakukan penerlusuran, percakapan, bahkan menyebarkan informasi berupa lisan (telepon), tulisan (*chat*), hingga *video call* dan konferensi. Dalam hal ini, Mc Luhan menyebutnya sebagai *Global Village.* Melalui perkembangan TIK manusia mampu menjelajah wilayah yang jauh meskipun hanya duduk di sebuah ruangan yang terbatas. Pada konteks ini pula, batas waktu seakan menjadi tidak berarti (Istriyani & Widiana, 2016).

Keberadaan media baru menjadi sesuatu yang tak terpisahkan dengan generasi milenial saat ini. Hal ini terlihat dari riset yang dilakukan oleh Bambang Suryadi di mana dari 176 responden diperoleh permasalahan generasi milenial sebagai berikut:

Tabel 1. Masalah Gen Milenial (Bambang Suryadi)

No	Karakteristik	F & %
1	Adiksi gadget	146 (80%)
2	Tidak fokus belajar	124 (78%)
3	Emosi mudah terganggu	103 (70%)
4	Pornografi	61 (69%)
5	Pergaulan bebas	52 (66%)
6	Lain-lain	16 (64%)

Berdasarkan riset generasi milenial tersebut, permasalahan serius dihadapi oleh generasi milenial adalah terkait dengan persoalan teknologi komunikasi digital, persoalan tersebut antara lain berhubungan dengan adiksi *gadget*, tidak fokus belajar, dan mudah emosi. Tidak hanya itu saja, permasalahan lain yang dihadapi oleh generasi milenial yakni terkait pornografi dan pergaulan bebas. Sedangkan permasalahan lainnya antara lain masalah keluarga, keuangan, pribadi dan lain sebagainya (Munir, 2018:53). Dari data tersebut menunjukkan bahwa adiksi *gadget* menempati urutan teratas dari permasalahan-permasalahan lainnya yang muncul dari generasi milenial saat ini dan tentu saja kondisi tersebut harus menjadi perhatian serius untuk dicarikan solusinya. Terlebih lagi dalam hal pergeseran perilaku beragama, mungkin juga akan menggerus norma dan aturan beragama generasi milenial yang diperkirakan pada tahun 2020 akan mencapai 34% penduduk Indonesia dan mayoritasnya adalah muslim.

Menurut data BPS yang dikeluarkan pada tahun 2013, jumlah *millennial* Indonesia pada tahun 2015 diperkirakan mencapai 33% dari total penduduk Indonesia. Artinya, total populasi *millennial* pada tahun 2015 mencapai 83 juta jiwa. Pada tahun 2020, proporsi *millennial* dapat mencapai 34% yang akan berada pada rentang usia 20 - 40 tahun. Pada tahun tersebut, generasi *millennial* akan menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia karena mulai berkurangnya populasi Gen-X dan *Baby Boomer.* Dengan demikian, terjadilah bonus demografi. Populasi *millennial* terbanyak berada di pulau Jawa yang diperkirakan pada tahun 2015 ada 47 juta jiwa. (Ali & Lilik Purwandi, 2017 via Al Walidah).

Media Baru

Di penghujung tahun 1980-an telah hadir *new media* atau media baru yang berdampak terhadap dunia media dan komunikasi. Pergeseran media dari media konvensional menjadi media baru akibat perkembangan teknologi informasi dan komunikasi begitu memberi pengaruh terhadap berbagai aspek kehidupan manusia, antara lain aspek ekonomi, sosial dan budaya. Di era media baru saat ini, perubahan bentuk, produksi, distribusi dan konsumsi media terlihat sangat kompleks.

Media baru secara sederhana merupakan perkembangan dan kemajuan teknologi media massa. Pemikiran dasar dari *new media* itu sendiri adalah untuk menggabungkan keunikan dari *digital media* dengan pemakaian media tradisional untuk mengadopsi dan mengadaptasi teknologi *new media*. Konten *new media* seperti *world wide web* (situs internet) merupakan sebuah kombinasi dari konten media-media yang sudah eksis dengan format yang berbeda seperti pada tulisan surat kabar, fotografi, film, rekaman musik, televisi, serta diproduksi ulang dan di-*convert* menjadi media digital setelah mengalami perkembangan generasi (Heryanto, 2018:25-26).

Munculnya media baru sebagai sarana komunikasi melahirkan peluang-peluang baru bagi beragam sisi kehidupan dalam masyarakat informasi. Media menjadi perantara yang mendominasi terhadap sosialisasi dan menjadi atribut dalam melayani sehingga terbentuk kesadaran informasi di tengah masyarakat informasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Wright dan Hinson (2009) menyimpulkan beberapa hal yang dikemukakan oleh para praktisi *Public Relation* tentang dampak kehadiran media baru, khususnya media sosial yang sekaligus bisa menjadi peluang, yaitu:

1. Pengguna media baru berpeluang dan ruang bagi terselenggaranya komunikasi secara massal dalam menyampaikan informasi, gagasan dan opini.
2. Tecipta kesempatan untuk berkomunikasi secara langsung tanpa perantara bahkan secara personal.
3. Komunikasi dan informasi beragam isu secara cepat dapat ditingkatkan.
4. Terbukanya kesempatan dengan efektif dan efisien bagi pengguna media baru untuk mejangkau khalayak.
5. Munculnya peluang untuk memperoleh khalayak baru dari kalangan orang muda atau segmen yang tidak tersentuh oleh media *mainstream*.
6. Blog dan media sosial membuka ruang dan kesempatan komunikasi secara global.
7. Penggunaan media baru memungkinkan perolehan data dan informasi terkait pendapat publik terhadap suatu organisasi dengan cepat dan tepat.

Era media baru telah membawa berbagai kemudahan bila dimanfaatkan dengan bijaksana, namun jika tidak maka dapat menimbulkan berbagai masalah pula(Heryanto, 2018:48). Peluang-peluang tersebut bila ditinjau secara sederhana dari perspektif islam, maka sangat memungkinkan terbentuknya masyarakat informasi yang islami dalam kerangka *hablun min Allah* dan *hablun min an-nas*.

Generasi Milenial dan Media Online

Istilah generasi milenial yang dikemukakan oleh peneliti dan ahli demografis William Straus dan Neil Howe merupakan sebuah kondisi yang bergerak , tumbuh dan berubah dengan cepat dalam kehidupan yang dipengaruhi oleh keadaan

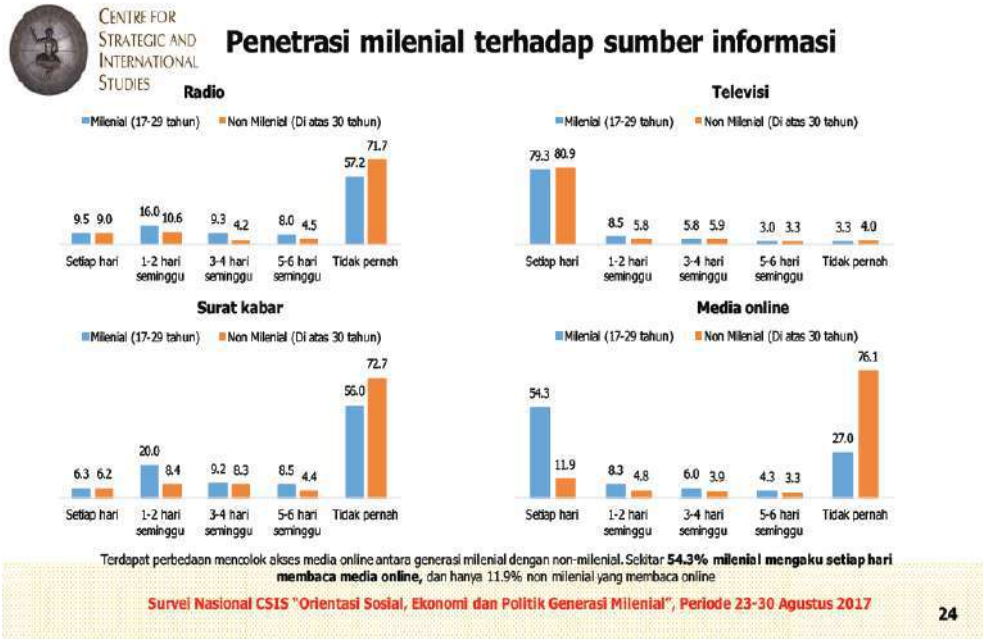
lingkungan. Idiom generasi milenial begitu karib terdengar di kalangan masyarakat karena kemampuannya dalam merespon kebutuhan dengan mengikuti penggunaan teknologi digital yang dikuasai. Generasi milenial atau disebut dengan generasi Y tersebut merupakan generasi yang lahir pada kurun waktu antara 1980 hingga 2000-an. Mereka adalah orang-orang yang berusia tergolong masih muda, yaitu antara usia 18-35 tahun.

Milenial diawali dari akomodasi perubahan teknologi digital yang menyebabkan pergeseran dari generasi ke generasi dan seiring dengan perubahan teknologi baru. Perbincangan tentang milenial sering dikaitkan dengan pendidikan, teknologi, politik, moral, budaya dan gaya hidup. Milenial dilahirkan pada saat teknologi sedang berkembang. Mereka dianggap sangat spesial karena memiliki perbedaan dari generasi-generasi sebelumnya. Kepekaan terhadap teknologi menjadikan generasi ini semakin pandai. Generasi yang hidup pada era di mana segala sesuatunya tidak sulit untuk diwujudkan ditambah lagi kondisi sosial ekonomi yang dapat dikatakan maju.

Pada rentang usia milenial, mereka sangat memiliki kecenderungan mengikuti tren masa kini. Meski masih juga menggunakan tren generasi sebelumnya, namun kecenderungan generasi milenial kurang peduli terhadap kebutuhan sosial di sekitarnya. Umumnya milenial lebih membanggakan gaya hidup dan hedonisme. Hampir separuh waktu mereka berada di depan gawai. Menggali informasi dan meng-*update* segala sesuatu yang baru. Jadi, hampir dapat dipastikan semua generasi milenial memiliki akun media sosial. Hal ini disebabkan media sosial tidak memiliki keterbatasan ruang dan waktu untuk berinteraksi sehingga mereka bebas untuk memperoleh pemenuhan mengekspresikan keinginannya.

Generasi milenial merupakan generasi yang hidup disaat *broadcast*, promosi *online* dan berbagai macam melalui *platform online.* Bahkan ketika tidak dapat untuk mengoperasikan sebuah aplikasi, YouTube dan beragam situs *online* sudah menyediakan ruang tutorial untuk belajar. Semakin maraknya produksi dan penggunaan gawai, sesungguhnya generasi milenial juga menjadi generasi robot. Mereka terpaku dengan teknologi digital, di mana mereka tidak dapat terpisahkan dengan hal-hal berbau teknologi, seperti gawai, laptop, *note book*, *charger*, *headset*, wifi, dan masih banyak yang lainnya.

Berdasarkan hasil survei nasional yang dilakukan oleh Centre for Strategic and International Studies (CSIS) pada Agustus 2017 lalu diperoleh hasil penetrasi milenial terhadap sumber informasi (radio, televisi, surat kabar, dan media online). Dalam hal ini terlihat adanya perbedaan mencolok akses media online antara generasi milenial dengan non-milenial. Sekitar 54.3% kelompok milenial mengaku setiap hari membaca media online, dan hanya 11.9% dari kelompok non-milenial yang membaca online.



Gambar 1. Penetrasi Milenial terhadap Sumber Informasi
Sumber : Rilis dan Konferensi Pers "Survei Nasional CSIS 2017" Jakarta, 2 November 2017

Aktivitas Ritual Bermedia

Edmund Leach, sebagaimana dikutip oleh Eller dan Humaeni menyatakan bahwa definisi ritual adalah sebagai perilaku yang membentuk sebagian sistem tanda dan bertugas untuk mengkomunikasikan informasi (2007:110).

Beberapa aktifitas yang berganti dari aktifitas lainnya dalam rangka menciptakan dan memberikan hak istimewa terhadap suatu perbedaan yang bersifat kualitatif antara sesuatu tindakan yang dinilai suci dan biasa, juga untuk menilai bahwa dari pemikiran realitas manusia terdapat perbedaan-perbedaan di mana pemikiran tersebut melebihi kekuatan manusia itu sendiri sebagai pelakunya merupakan suatu bentuk ritual (Bell, 1992:74).

Sebagai pertunjukan dalam rangkaian perilaku dan tindak tutur formal yang lebih kurang sama dan tidak sepenuhnya disandikan oleh pelaku ritual sehingga perilaku dan tindak ritual merupakan suatu elemen yang paling penting dalam kehidupan kulturan masyarakat.

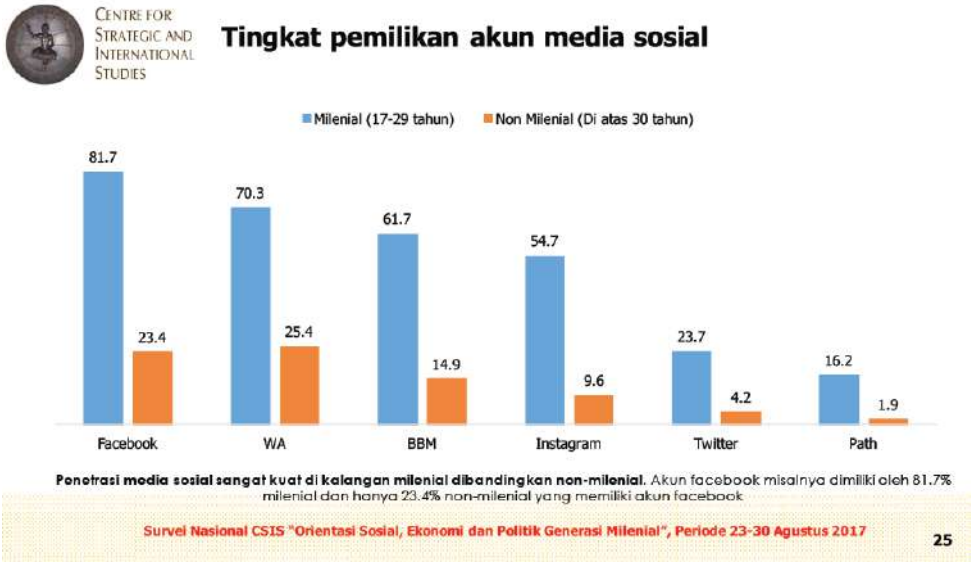
Sebagian besar perilaku ritual dilakukan di luar kesadaran dan kebiasaan pelakunya. Bahkan pelaku ritual tidak memikirkan apakah tindakan ritual yang dilakukannya ada memiliki makna dan tujuan. Tindakan-tindakan yang otomatis tersebut dan tanpa dipikirkan dan tanpa makna tersebut mendorong untuk

menyebutnya sebagai ritual meski tidak sedikit ritual yang dilakukan oleh pelaku juga berjalan dengan tujuan dan difikirkan serta berjalan dengan khidmat dan khusyu (Humaeni, 2015:173).

Secara definitif, ritus mengandung pengertian aturan-aturan pelaksanaan *(the rules of conduct)* yang menggambarkan bagaimana seseorang seharusnya bertingkah laku dalam kehadirannya di depan obyek-obyek yang sakral atau disucikan. Berdasarkan terminologi dalam bahasa Inggris, ritual atau ritus, yaitu *rite* (tunggal) dan *rites* (jamak), yang mempunyai arti secara leksikal, yaitu perilaku atau upacara-upacara *(act and ceremonies)* yang berkaitan dengan pelayanan keagamaan. Sedangkan dalam konteks yang lebih spesifik (dalam ajaran islam), bahwa ritual atau ritus dideskripsikan sebagai perwujudan dari doktrin-doktrin islam *(expression of Islamic doctrine).* Dari batasan tersebut maka ritus dalam islam pada dasarnya adalah semua bentuk praktik keberagamaan, termasuk di dalamnya perilaku atau upacara-upacara keagamaan yang pelaksanaannya telah diatur sedemikian rupa, sebagai bentuk penyembahan *(worship),* pengabdian atau pelayanan *(service),* ketundukan *(submission)*, dan ekspresi rasa syukur *(gratitude),* yang lahir dari seorang hamba kepada Tuhannya dalam rangka merealisasikan ajaran-ajara-Nya dan menjalankan hidup secara religius menuju klaim saleh dan takwa (Ulya, 2013:197).

Sebagai suatu kategori adat perilaku yang dibakukan, tindakan-tindakan magi maupun religius termasuk dalam definisi ritual atau ritus. Ritual dapat dibedakan menjadi empat macam: (1) Tindakan magi, yang dikaitkan dengan penggunaan bahan-bahan yang bekerja karena daya-daya mistis; (2) Tindakan religius, kultus para leluhur, juga bekerja dengancara ini; (3) Ritual konstitutif yang mengungkapkan atau mengubah hubungan sosial dengan merujuk pada pengertian-pengertian mistis, dengan cara ini upacara-upacara kehidupan menjadi khas; dan (4) Ritual faktitif yang meningkatkan produktivitas atau kekuatan, atau pemurnian dan perlindungan, atau dengan cara lain meningkatkan kesejahteraan materi suatu kelompok (Goody via Dhavamony, 1995:175).

Dalam aktivitas bermedia, khususnya media baru atau media online, generasi milenial cenderung lebih aktif menggunakan media sosial. Kepemilikan mereka terhadap akun media sosial jauh lebih tinggi dibanding dengan non-milenial. Pemilik akun facebook misalnya, kelompok generasi milenial mencapai 81,7% sedangkan non-milenial 23,4%. Berikut hasil survei yang dilakukan oleh CSIS pada tahun 2017 lalu.



Gambar2. Tingkat Pemilikan Akun Media Sosial
Sumber : Rilis dan Konferensi Pers "Survei Nasional CSIS 2017" Jakarta, 2 November 2017

Berdasarkan gambaran hasil survei tersebut terlihat enam media sosial yang penggunaannya didominasi oleh generasi milenial. Ini menjadi bukti bahwa penetrasi media sosial sangat kuat di kalangan milenial dibandingkan non-milenial.

Media dalam kaitan dengan ritualitas semakin ke depannya akan lebih jelas terlihat. Generasi milenial kerap menjadikan media, terutama gawai atau *gadget*, sebagai panduan dan alat dalam berbagai aktivitas mereka. Beragam informasi yang dibutuhkan terkadang tidak harus ditelusuri menggunakan mesin pencari, akan tetapi telah tersaji di media sosial bahkan telah masuk ke pesan pribadi tanpa diminta. Bahkan, hal-hal yang belum terbayangkan oleh pengguna gawai pun tidak sedikit telah terinformasikan ke akun media sosial pemiliknya. Dapat dibayangkan, bila seseorang memiliki lebih dari dua akun media sosial yang berbeda dengan jumlah pertemanan yang relatif banyak, maka banjir notifikasi akan dialami setiap jamnya. Selanjutnya, tentu pemilik akun akan dihadapkan pada teks, foto, suara, video, animasi dan sebagainya yang menunggu untuk dibuka dan direspon. Bukankah aktivitas yang sudah berlangsung berbulan dan berbilang tahun tersebut pada gilirannya menjadi suatu aktivitas yang melekat pada seseorang dan sulit untuk dihindari? Maka, bermedia menjadi sebuah ritual bagi orang-orang yang aktif bermedia sosial.

Dalam perspektif ritual, media (media baru) dapat dilihat pula sebagai sebuah 'agama sipil' beserta ritual-ritual yang melekat padanya. Pandangan tersebut dilandasi bahwa ritme media dalam penyajian beragam berita dan informasi telah menjelma menjadi semacam ritualisme yang menggerus agama tradisional. Stasiun televisi yang

begitu banyak di seluruh dunia ditambah lagi media-media online yang terus bertambah bilangannya terus berlomba menarik minat pemirsa dengan rancangan program-program tayangan selama dua puluh empat jam tanpa henti. Tayangan-tayangan yang disajikan kemudian menjadi tayangan favorit yang dinanti-nanti siarannya oleh para pemirsa. Hal ini mendekati saat mereka sedang menanti jadwal ritual keagamaan yang telah ditetapkan waktu pelaksanaannya menurut ajaran agama dan ritual tersebut dilaksanakan secara bersama-sama atau berjamaah.

Ritualisme terhadap media bahkan dianggap telah menjadi seperti ritualisme agama baru bagi khalayak yang sebagian besar waktu luang mereka diisi oleh kegiatan mengkonsumsi media dan diserbu oleh berbagai produk budaya popular. Tayangan sinetron atau pesta olahraga kolosal tertentu terlebih bila melibatkan banyak negara (seperti sepak bola, balap mobil, atau motor) telah menjadi peristiwa ritual di media dan dirayakan atau disembah oleh miliaran pemirsa di seluruh pelosok dunia. Maka tak usah heran kalau kita mendengar bagaimana orangtua telah lama mengeluhkan bila waktu mengaji anak-anak telah digantikan oleh waktu menonton acara anak-anak di televisi atau internet melalui perangkat gawai. Sejumlah pendidik juga mengeluhkan anak-anak didik mereka mulai sering terlambat datang ke mesjid (bagi umat Islam) dan ke gereja (bagi umat Kristiani) karena mereka lebih disibukkan oleh media sosial yang muncul dan menjadi medium baru dalam berbagi dan berkomunikasi bagi 'generasi net' (Ibrahim, 2014:7-8).

Penggunaan Media Sosial Secara Islami

Sebagai ummat yang beragama dan meyakini bahwa tuntunan hidup dan mengisi kehidupan sebagai umat Islam adalah Al Qur'an dan Al Hadis, maka begitu pula dalam hal berkomunikasi menggunakan media sosial sebagai sarana berinteraksi secara personal maupun kelompok.

Rektor Institut Ilmu Al Qur'an (IIQ), Prof. Dr. Huzaemah Tahido Yanggo menyatakan bahwa dalam Alquran diatur tata cara berkomunikasi dengan baik dan komunikasi yang dilarang. Terdapat beberapa kata kunci komunikasi negatif yang juga mengisyaratkan betapa pentingnya sikap hati-hati, mawas diri dan cerdas literasi dalam bermedia sosial. Berikut adalah tuntunan dalam penggunaan media sosial menurut Alquran, yaitu:

1. *Qaul zur,* yaitu perkataan buruk atau kesaksian palsu dan termasuk dalam kategori ini adalah memperindah suatu kebohongan (*hoax*) atau *tazyin al-kizb*. QS. Al-Hajj 22:30:

ذَٰلِكَ وَمَن يُعَظِّمْ حُرُمَٰتِ ٱللَّهِ فَهُوَ خَيْرٌ لَّهُۥ عِندَ رَبِّهِۦ ۗ وَأُحِلَّتْ لَكُمُ
ٱلْأَنْعَٰمُ إِلَّا مَا يُتْلَىٰ عَلَيْكُمْ ۖ فَٱجْتَنِبُوا۟ ٱلرِّجْسَ مِنَ ٱلْأَوْثَٰنِ وَٱجْتَنِبُوا۟
قَوْلَ ٱلزُّورِ ﴿٣٠﴾

Demikianlah (perintah Allah). Dan barangsiapa mengagungkan apa yang terhormat di sisi Allah (hurumat) maka itu lebih baik baginya di sisi Tuhannya. Dan dihalalkan bagi kamu semua binatang ternak, kecuali yang diterangkan kepadamu (keharamannya), maka jauhilah olehmu (penyembahan) berhala-berhala yang najis itu dan jauhilah perkataan dusta

2. *Tajassus* dan *ghibah*. *Tajassus* bermakna mencari-cari kesalahan orang lain. Sedangkan *ghibah* adalah membicarakan aib atau keburukan orang lain.

   QS. Al-Hujurat 49:12:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ ٱجْتَنِبُواْ كَثِيرًا مِّنَ ٱلظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ ٱلظَّنِّ إِثْمٌ ۖ وَلَا تَجَسَّسُواْ وَلَا يَغْتَب بَّعْضُكُم بَعْضًا ۚ أَيُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَن يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ ۚ وَٱتَّقُواْ ٱللَّهَ ۚ إِنَّ ٱللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ ﴿١٢﴾

Wahai orang-orang yang beriman! Jauhilah banyak dari prasangka, sesungguhnya sebagian prasangka itu dosa dan janganlah kamu mencari-cari kesalahan orang lain dan janganlah ada di antara kamu yang menggunjingkan sebagian yang lain. Apakah ada di antara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang sudah mati? Tentu kamu merasa jijik. Dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Penerima Taubat, Maha Penyayang

3. *Namimah* atau mengadu domba, adalah membawa satu berita kepada pihak lain dengan maksud untuk mengadu domba satu pihak dengan pihak lain. *Namimah* ini berkaitan dengan *qaul zur* karena biasanya berita yang dibawa adalah berita bohong atau *hoax*, juga dapat berarti provokasi untuk tujuan tertentu.
4. *Sukhriyah*, yaitu berarti merendahkan atau mengolok-ngolok orang lain.

   QS. Al-Hujurat 49:11:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا يَسْخَرْ قَوْمٌ مِّن قَوْمٍ عَسَىٰٓ أَن يَكُونُواْ خَيْرًا مِّنْهُمْ وَلَا نِسَآءٌ مِّن نِّسَآءٍ عَسَىٰٓ أَن يَكُنَّ خَيْرًا مِّنْهُنَّ ۖ وَلَا تَلْمِزُوٓاْ أَنفُسَكُمْ وَلَا تَنَابَزُواْ بِٱلْأَلْقَٰبِ ۖ بِئْسَ ٱلِٱسْمُ ٱلْفُسُوقُ بَعْدَ ٱلْإِيمَٰنِ ۚ وَمَن لَّمْ يَتُبْ فَأُوْلَٰٓئِكَ هُمُ ٱلظَّٰلِمُونَ ﴿١١﴾

Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah suatu kaum mengolok-olok kaum yang lain (karena) boleh jadi mereka (yang diperolok-olokkan) lebih baik dari mereka (yang mengolok-olok) dan jangan pula perempuan-perempuan (mengolok-olokkan) perempuan lain (karena) boleh jadi perempuan (yang diperolok-olokkan) lebih baik dari perempuan (yang mengolok-olok). Janganlah kamu saling mencela satu sama lain dan janganlah saling memanggil dengan gelar-gelar yang buruk, Seburuk-buruk

panggilan adalah (panggilan) yang buruk (fasik) setelah beriman. Dan barangsiapa tidak bertobat, maka mereka itulah orang-orang yang zhalim.

Dalam buku Arus Metamorfosa Milenial (2018) tertulis kalimat yang mempertanyakan bagaimana potret tujuan generasi milenial menurut pandangan keagamaan (*religion*)? Karena di zaman ini, penggunaan teknologi sudah semakin merajalela, dan penduduk generasi milenial harusnya juga bisa menggunakannya untuk mengakses hal-hal yang bernilai keagamaan secar lebih mudah lagi. Contohnya saja jika di zaman dulu orang-orang perlu datang langsung untuk menyaksikan dan mendengarkan suatu kajian atau ceramah, di zaman sekarang orang-orang yang kurang cukup waktu untuk menyaksikannya secara langsung, dapat mengaksesnya melalui internet untuk melihat tayangan ulangnya di YouTube dan media sosial lain.

Penulis dalam buku tersebut menyatakan bahwa tujuan dari keturunan generasi milenial harus mempunyai kemampuan secara *soft skill* dan *hard skill* yang mengikuti kemajuan zaman, serta diimbangi ilmu agama yang bagus. Para generasi ini juga harus memiliki konsep matang yang berkarakter dan berpengetahuan luas secara *friendly*. Bagaimana mereka memandang hubungan antara anak dan orang tua. Karena banyak pemuda generasi ini yang lebih *role model* dan mengadopsi nilai-nilai budaya barat yang lebih modern. Tujuan positif dari pertemanan generasi milenial adalah dapat memperluas jaringan pertemanan. Dengan semakin luasnya jaringan pertemanan generasi ini, maka dapat memperoleh banyak dampak positifnya. Untuk dampak negatifnya, para generasi milenial harus pandai-pandai menyaring dan memilahnya. Tanpa disadari, bila generasi milenial kurang ilmu pengetahuan moral dan agama, maka mereka akan mudah terlena dan terpengaruh oleh kemajuan zaman serta perubahan-perubahan yang terjadi. Hal tersebut akan diperparah bila mereka sampai melakukan hal-hal yang bertentangan dengan nilai-nilai agama dan budaya bangsa.

Arus globalisasi yang semakin deras menjadi tantangan yang kerap dihadapi, sehingga bila tidak siap maka individu dalam generasi milenial akan tergilas oleh zaman. Oleh karena itu, para generasi milenial harus bisa mempersiapkan diri dari terpaan arus globalisasi tersebut. Untuk itu diperlukan persiapan bagi generasi milenial, antara lain:

1. Iman dan Takwa. Iman dan takwa ini dimulai dari dalam keluarga. Sebaiknya, sedari kecil wawasan tentang keimanan dan ketakwaan sudah diajarkan, diketahui, dikuasai, dan dimengerti dalam lingkungan keluarga. Hal ini berguna sebagai pondasi dan pegangan hidup yang akan membantu untuk menyaring segala informasi yang diterima.
2. Ilmu Pengetahuan dan Teknologi. Generasi milenial harus mempunyai pengetahuan tentang perkembangan teknologi yang sedang terjadi. Meski tidak

seutunya mengikuti, setidaknya mengetahui informasi apa saja yang terbaru dan sedang tren. Pengetahuan tentang teknologi harus mampu dipergunakan secara bijak agar terhindar dari situasi yang dapat menyebabkan terjerumus dan merugikan banyak pihak. (Arum dan Firda, 2018)

Penutup

Generasi milenial hari ini merupakan para pelanjut estafet generasi sebelumnya yang berusia di atas 30-an tahun. Mereka lahir dan berkembang di era digital di mana perangkat gawai semakin berkembang, internet mudah dan murah. Kemudahan aksesbilitas ke segala penjuru dunia menjadi tanpa batas ruang dan waktu. Kecenderungan menggunakan gawai adalah tren yang tidak dapat diabaikan. Hasrat dan tuntutan mengakses melalui media online menjadi tak terelakkan lagi sehingga terjadi perubahan perilaku dalam banyak aspek. Menggunakan gawai yang terkoneksi ke internet untuk dapat masuk ke berbagai situs dan media sosial menjadi sebuah candu yang selanjutnya menjadi aktivitas ritual meski mereka tidak menyadarinya. Potret generasi milenial tersebut penting untuk dicarikan solusinya melalui pendekatan keagamaan yang tentu saja juga menggunakan sarana media baru untuk memberi perimbangan agar generasi milenial tidak salah kaprah dengan perkembangan teknologi yang terus bergulir membola salju. *Wallahua'lam*.

Daftar Pustaka

Centre for Strategic and International Strategic. 2017. Ada Apa dengan Milenial? Orientasi Sosial, Ekonomi dan Politik. Rilis dan Konferensi Pers "Survei Nasional CSIS 2017" Jakarta, 2 November 2017

Dhavamony, Maraisusai. 1995. Fenomenologi Agama. Yogyakarta: Kanisius

Faiza, Arum dan Sabila J. Firda. 2018. Arus Metamorfosa Milenial. Yogyakarta: Ernest.

Heryanto, Gun Gun. 2018. Media Komunikasi Politik: Relasi Kuasa Media di Panggung Politik. Yogyakarta: IRCiSod.

Humaeni, Ayatullah. 2015. Ritual, Kepercayaan Lokal Dan Identitas Budaya Masyarakat Ciomas Banten. Jurnal El Harakah Vol.17 No.2 Tahun 2015.

Ibrahim, Idy Subandi dan Bachruddin Ali Akhmad. 2014. Komunikasi dan Ulya. 2013. Ritus dalam Keberagamaan Islam. Jurnal Fikrah, Vol. I, No. I, Januari-Juni 2013.

Istriyani, R., & Widiana, N. H. (2016). Etika Komunikasi Islam Dalam Membendung Informasi *Hoax* Di Ranah Publik Maya. *Jurnal Ilmu Dakwah, 36*(2), 289.

Komodifikasi: Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor.

Lister, Martin. 2009. New media : a critical introduction. New York: Routledge.

Munir, Misbahul. 2018. Membingkai Kepribadian Ulul Albab Generasi Milenial. Jurnal Ta'limuna. Vol.7, No. 1, Maret 2018.

Suryadi, Bambang, "Generasi Y: Karakteristik, Masalah dan Peran Konselor", (Makalah Workshop International MALINDO 4 di Bali, 22-23 Mei 2015).

Verina, Cornelia.2018. Apa itu New Media? 6 Karakteristik New Media. https://www.kompasiana.com/verinacornelia1703/5b7b1087bde5757a381cbca5/media-baru-dan-teknologi-baru-new-media-and-new-technologies

Yanggo, Huzaemah Tahido. 2017. Empat Tuntunan Alquran dalam Penggunaan Media Sosial.

http://www.nu.or.id/post/read/80750/empat-tuntunan-al-quran-dalam-penggunaan-media-sosial

https://quran.com/#

Biodata Penulis

Nama: **Abdul Hafiz Harahap**

Pendidikan:

1. SD PPMA Medan Sunggal
2. SMPN 6 Medan
3. SMAN 14 Medan
4. D3 Ilmu Perustakaan FS USU
5. S1 Ekst. Ilmu Perpustakaan FS USU
6. S1 Ilmu Hukum FH UNIVA Medan
7. S2 Ilmu Informasi dan Perpustakaan FIKOM UNPAD Bandung
8. S3 Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sumut (2018-sekarang)

Organisasi:

1. Sekjend PP Ikatan Guru dan Dosen Al Washliyah (IGDA)
2. Sekretaris Umum IKA Fakultas Ilmu Budaya USU
3. Pengurus Daerah Ikatan Pustakawan Indonesia (IPI) Sumut

Email: hafizharahap@gmail.com

MEDIA ELEKTRONIK DAN KECENDERUNGAN ANAK DALAM BEREKSPLORASI

Amiruddin

A. Pendahuluan

Perkembangan elektronik yang semakin canggih dan tinggi memiliki dampak yang besar bagi anak. Padahal perhatian, pendapingan, serta pengawasan terhadap anak semakin terbatas. Berbagai perangkat digital dan canggih sekarang ini memiliki peran penting kepada kehidupan anak yang sangat berpengaruh terhadapnya. Berbagai aspek seperti kecerdasan, emosi, dan prilaku adalah dampak dari media dan perangkat yang mampu memberikan efek positik maupun negatif bagi kehidupan anak. Menurut Strasburger (2005) pada tahun 2005 sejumlah 2/3 anak di dunia telah mendapatkan akses TV, setengah dari mereka telah mengenal DVD player, konsol game, dan sepertiga telah mengenal dan memiliki komputer, tablet, atau akses internet dan media sosial lain. Penggunaan tersebut dihabiskan hampir 7 jam dalam sehari oleh anak-anak.

Media-media tersebut adalah media yang paling mudah diakses saat ini. Menurut Onong (1992) televisi adalah media yang berfungsi memberi informasi, mendidik, menghibur dan mempengaruhi. Namun terdapat pilihan yang terbatas, sementara interest dan publik tidak terbatas.

Banyak kejadian kekerasan yang melibatkan anak karena pengaruh televisi. Film kartun seperti Naruto misalnya pernah menjadi penyebab atas kematian seseorang akrena mengikuti gaya dalam film tersebut. Contoh tersebut memberikan pertanyaan, apakah media seperti televisi berperan penting dalam pengaruh tingkah laku anak? Khususnya pada kekerasan sebagai *decoder lost control*?

Berbagai krisis yang menerpa bangsa kita nampaknya menyumbang atau menambah risiko tinggi pengaruh media terhadap kekerasan. Khususnya kemiskinan, pendidikan yang kurang berkualitas, serta kontrol sosial yang lemah terhadap masyarakat. Masyarakat yang secara ekonomi lemah ditambah dengan tekanan hidup membuat masyarakat menggantungkan mimpi dan angan-angan dan mendapat hiburan dari media seperti televisi. Pada saat yang sama mayoritas masyarakat Indonesia bersifat *dominant reader* (pelahap mentah-mentah dari ekspresi media) sehingga menumbuhkan nilai dan keyakinan atas tontonan yang ada pada layar kaca.

Pada sisi yang lain, yang harus dilihat, televisi adalah motor penggerak atas adegan-adegan yang tak sepantasnya dilihat demi mengejar keuntungan. Untuk mendapatkan rating tinggi, perusahaan televisi tidak ragu untuk menampilkan tayangan berbau kekerasan, mistik, ataupun pornografi. Berbagai acara seperti berita kriminal mengandung *trial by the press,* film-film menampilkan mistik dan klenik atau bahkan menampilkan agama sebagai tayangan yang tak mendidik, dan sebagainya untuk disajikan bagi penonton. Uniknya, rating acara-acara tersebut memang tinggi di kalangan decoder Indonesia.

Media memiliki peran yang tinggi terhadap berbagai kekerasan yang terjadi di masyarakat. Kontrol yang kurang serta mudahnya aksesnya media memberikan pengaruh besar terhadap efek negatif ke masyarakat, khususnya anak-anak yang kerap menjadi korban. Anak-anak seperti kertas putih yang masih polos yang mudah diberikan "noda" sehingga mudah terpengaruh atas apa yang dilihat dan dirasakan.

Penayangan-penayangan kekerasan, baik dalam aksi film ataupun argumentasi berita yang menampilkan fakta sebenarnya, telah secara tak langsung membangun realitas baru di masyarakat yang seakan-akan wajar untuk dilakukan. Tayangan tersebut sering tidak melihat atas efek psikologis dari pemirsa. Media telah gagal sebagai agen komunikasi sebab hanya fokus pada hiburan saja.

Sementara itu sekarang ini terdapat media sosial yang peningkatannya semakin tinggi. Media seperti blog, wordpress menyediakan konten yang bisa membuat orang lain menulis sekaligus dapat langsung dikomentari oleh para pengguna internet. Isinya bermacam-macam, kesehatan, lingkungan, pendidikan, dan lain sebagainya. Relasi yang terjalin adalah komunikasi di dunia maya.

Perkembangan media sosial selaras dengan perkembangan teknologi yang mengiringinya. Sejalan dengan itu, banyak masyarakat yang juga ikut menggunakannya. Akibatnya pengguna media sosial semakin tinggi sehingga tidak jarang media sosial digunakan sebagai media promosi bermacam-macam usaha.

Perkembangan tekonologi yang signifikan serta pengguna media sosial yang kian tinggi memberikan pangsa pasar yang sangat potensial. Oleh sebab itu terjadi apa yang namanya keinginan untuk mendapat *gadget* terbaru. Para penyedia teknologi selalu memberikan desain terbaru terhadap perangkat teknologinya agar diminati masyarakat termasuk dengan harga yang ditujukan bagi *entry level* (kelas bawah).

Penggunaan teknologi seperti *handphone* yang ber-OS Android digunakan terutama untuk akses internet, khususnya membuka media sosial yang digunakan. Media sosial seperti *facebook, twitter, WhatsApp,* dan sebagainya adalah laman yang sering diakses untuk mendapatkan pertemanan, baik teman lama maupun teman baru. Masyarakat bisa menggunakan laman media sosial tersebut hingga berjam-jam. Menatap layar komputer atau *gadget* mereka selama berjam-jam. Ini belum

ditambah dengan permainan yang ada di dalamnya, video *streaming* dan masih banyak lagi. Masyarakat pun semakin ketergantungan terhadap situasi ini.

Sebelum perkembangan teknologi komunikasi seperti sekarang ini, hubungan sosial dilakukan secara langsung. Tatap muka secara langsung kerap terjadi dibandingkan sekarang ini yang bisa digantikan oleh aplikasi *skypee* atau video *calling*. Budaya silaturahmi sebelum adanya media sosial terasa nyata dan langsung sehingga kedekatan emosional yang terbangun pun menunjukkan ketulusan. Keakraban yang terbangun benar-benar terjadi dibandingkan dengan internet.

Ketika surat menyurat muncul, pertemuan mulai tergantikan dengan sebuah alat yang mampu menyambung satu orang dengan orang lain yang jauh. Perkembangan teknologi seperti telepon mampu membuat dua orang manusia bisa berbicara satu sama lain dengan jarak puluhan hingga ratusan kilomter. Puncaknya sekarang ini kita bisa saling bertatap muka di mana pun kita berada di belahan bumi ini.

Pengaruh teknologi komunikasi membawa arus perubahan dalam kehidupan sosial manusia. Hadirnya internet memudahkan komunikasi setiap orang. Dengan begitu muncul dampak dan pengaruh lain, yakni hadirnya budaya baru pada manusia. Sebagai contoh adalah perayaan-perayaan agama seperti Idul Fitri. Sebelumnya budaya silaturahmi dilakukan dengan berkunjung pada setiap rumah sanak saudara. Namun, sekarang ini budaya silaturahmi Idul Fitri lebih banyak diungkapkan melalui media sosial di lini massa. Budaya asli turun temurun yang mengedepankan hidup bermasyarakat telah ditelan kecanggihan zaman.

Fenomena kemunculan media sosial di internet tidak hanya mengubah relasi sosial dalam komunikasi antar manusia, melainkan menyembunyikan bagaimana kondisi dan keadaan penggunanya yang sebenarnya. Pengguna *facebook* contohnya, sering memunculkan beranda orang-orang yang kelihatan aktif dan bahagia di dalamnya. Namun hal itu belum tentu keadaan yang sebenarnya, sebab bisa jadi pada dasarnya orang tersebut kesepian. Waktu yang banyak digunakan aktif di media sosial hingga berjam-jam menggerus waktunya untuk bersitatap langsung pada orang lain. Oleh sebab itu orang-orang yang sangat aktif di jejaring sosial—bahkan sering tiap menit update status—bisa dipastikan ia adalah orang yang kesepian.

Dampak lain yang ditimbulkan dari media sosial adalah kurangnya komunikasi secara langsung yang berujung pada kesulitan sesorang untuk berbicara. Pengguna sosial lebih aktif menggunakan tulisan untuk berkomunikasi sehingga sangat jarang menggunakan mulutnya untuk berbicara. Karena kurangnya bertatap muka dan kurang aktif berbicara membuat mereka sulit untuk berbicara secara langsung apabila di suatu kondisi bertemu dengan sesorang. Hasilnya adalah orang itu bisa melupakan kehidupan nyata yang ada di sekitarnya.

Situasi kekinian menunjukkan bahwa hubungan sosial melalui *chatting,* video *call, update status, comment,* dan sebagainya adalah kehidupan yang seakan-akan

sangat penting. Seakan apabila tidak melalui itu seseorang belum merasa hidup. Apalagi dengan tambahan aplikasi hiburan seperti game dan sebagai membuat media sosial seakan menjadi dunia nyata pada seseorang tersebut. Akibatnya sering terjadi bahwa para pengguna sosial sekarang ini hanyut pada realitas virtual dan tenggelam pada fantasinya sendiri.

Pada dasarnya media sosial bisa digunakan secara lebih positif. Tujuan hadirnya media sosial untuk memudahkan kita bersilaturahmi bagi orang-orang yang sedang berhubungan jarak jauh. Namun sekarang ini kepada teman sebelahnya saja harus menggunakan media sosial untuk berkomunikasi.

Teknologi informasi memang luar biasa perkembangannya di abad ke-21 ini. Dengan bermodalkan laptop atau *handphone* ditambah paket data, maka kita berselancar hingga tinggelam semau kita di dunia internet. Dunia internet menyajikan segala sesuatunya yang ada di dunia ini yang ingin kita ketahui. Tanpa sadar kehidupan nyata kita tergantikan dengan dunia baru tersebut. Inilah yang dinamakan kecanduan perangkat teknologi atau media sosial di dalamnya. Hasilnya adalah kita menjadi orang-orang yang sebenarnya anti sosial, justru karena hadirnya media sosial untuk membantu manusia berkomunikasi pada awalnya.

Teknologi yang semestinya membantu manusia malah beralih pada terjerumusnya manusia itu sendiri. Jalinan komunikasi yang semestinya dibantu teknologi malah membuat manusia hancur hubungan sosialnya. Bagus di dunia maya, namun buruk di dunia nyata.

B. PENGARUH TEKNOLOGI BAGI ANAK

Potensi kecerdasan anak memerlukan suatu stimulai untuk memancing kecerdasan dan potensinya karena memang kecerdasan anak tidak dapat berkembangan dengan sendirinya. Salah satu media yang kerap digunakan untuk stimulasi tersebut adalah teknologi. Oleh sebab itu, penggunaan teknologi sebagai alat stimulasi kecerdasan anak memerlukan peran orang tua untuk mendampingi anak mengenal teknologi.

Di bawah ini adalah proses pengenalan teknologi berdasarkan teknologi yang dikutip dari mitrakeluarga.com:

1. Usia 2 sampai dengan 4 tahun, Pada usia ini tahap dimana anak-anak memulai proses interaksi dengan teknologi.
2. Usia 4 sampai dengan 7 tahun, Pada usia ini tahap dimana anak-anak mulai tertarik melakukan eksplorasi sendiri.
3. Usia 7 sampai dengan 10 tahun, Pada usia ini tahap dimana anak-anak mulai mencari informasi dan kehidupan sosial.
4. Usia 10 sampai dengan 12 tahun, Pada usia ini tahap dimana anak-anak mulai mengasah kemampuan dan nalar berpikir mereka.

Kajian tentang pengaruh media terhadap perkembangan kecerdasan telah banyak dilakukan oleh para ahli. Kebanyakan adalah kajian-kajian terdahulu dengan televisi sebagai obyeknya. Salah satunya dilakukan oleh Gabner (1972) yang meneliti pengaruh televisi terhadap orang banyak. Ia mengkaji dunia nyata seperti apa yang dibayangkan oleh orang banyak ketika tersaji pada saat menonton televisi. Selain itu terdapat banyak penelitian lain yang menekankan dampak hingga efek kekerasan yang disebabkan oleh televisi seperti yang dikutip pada PSYCHOLOGICAL SCIENCE IN THE PUBLIC INTEREST C. A. Anderson et al.VOL. 4, NO. 3, DECEMBER 2003, yaitu:

1. Schramm, Lyle and Parker (1961) yang berdiskusi tentang tayangan kekerasan televisi pada tahun 50-an. Kesimpulan mereka adalah bahwa perilaku kejahatan imitatif dan kekerasan berhubungan dengan tayangan kekerasan, bukanlah faktor kebetulan belaka.
2. Lieber Sprafkin dan Davidson (1981) yang melacak peran Pokja Senat yang dipimpin oleh Senator Estes Kefauver untuk mempertanyakan perlu tidaknya adegan kekerasan di dalam tayangan televisi. Meskipun gagal mencapai konsensus, riset ini menyiratkan prioritas agar mengadakan penelitian tentang pengaruh kekerasan dengan perilaku agresif.
3. George Gerbner (1972) yang melakukan studi analisis isi dan menemukan bahwa pada tayangan pada jam-jam utama berisi 8 contoh kekerasan setiap jamnya. Selain penelitian pada dampak tayangan kekerasan, diadakan juga penelitian tentang media violence. Salah satunya dilakukan oleh Huesmann dan Eron (1986). Mereka meneliti anak-anak dari berumur 8 tahun hingga 30 tahun. Metode yang dilakukan adalah panel survey. Dan hasilnya adalah mereka yang menonoton kekerasan level tertinggi saat anak-anak lebih cenderung terlibat kejahatan serius ketika mereka dewasa.
4. Zillman (1991) yang mengemukakan teori *exitation transfer* yang memperkenalkan *arousal inducing* pada media *violence* untuk memahami intensitas reaksi setelah menonton. Hasilnya, rasa marah seorang penonton bangkit setelah menonton media *violence*. Arousal atau bangkitnya rasa marah ini dapat ditransfer menjadi kemarahan yang sesungguhnya dan apabila diintensifkan dapat menimbulkan perilaku agresif. *Randomized Experiment* dalam beberapa studi, anak secara acak diberikan permainan video game yang keras dan yang tak keras lalu dilihat tingkat keagresifannya, dari studi ini dapat diketahui bahwa permainan keras dapat menambah keagresifan anak muda secara signifikan. Contoh tindakan agresif itu adalah seperti memukul, mendorong, menarik baju atau rambut dan menendang.

C. SIFAT AGRESIF ANAK

Aspek penting yang sering diabaikan adalah perilaku anak itu sendiri dalam membentuk kepribadiannya, terutama yang menyangkut akan kekerasan. Pada dasarnya kecenderungan kekerasan dimiliki oleh seorang anak yang memiliki perilaku agresif. Gampang marah, keras kepala, suka membantah, hingga tak sulit untuk memukul adalah ciri dari perilaku agresif. Perilaku agresif ini biasanya disertai dengan perilaku khas lainnya seperti gerakan anak sangat aktif bergerak, emosi tinggi, kurang konsentrasi, impulsif (banyak bicara dan sering memotong pembicaraan orang lain) atau sulit tidur. Anak normal maupun anak yang menderita gangguan seperti autis dan sebagainya dapat mengalami gejala agresif tersebut. Aletha Stein mengungkapkan bahwa kadar agresi pada seorang anak menunjukkan bahwa mereka memiliki kecenderungan agresif. Mereka mampu membuat kekerasan pada anak lain setelah terlebih dahulu melihat adegan kekerasan, baik itu melalui televisi maupun secara langsung, sehingga meningkatkan agresi mereka. Kemungkinan dari sifat ini bisa menetap pada seorang anak. Pada usia 18 tahun, kebanyakan remaja telah menonton sekitar 200.000 adegan di TV.

Sementara itu, permainan dari perangkat teknologi seperti game di handphone atau layar televisi, atau komputer sering menunjukkan perilaku kekerasan. Seorang anak yang memainkkan tak jarang meniru apa yang mereka mainkan di dunia nyata. Oleh sebab itu hubungan kekerasan di media dengan sifat agresif anak sangat erat kaitannya.

D. EFEK YANG TIMBUL

1. Menambah Wawasan

Pada dasarnya media televisi adalah sarana penyampaian yang informatif serta sangat berguna karena dari segi harga sangat efisien. Pengajaran bisa dilakukan secara massal, hingga informasi tentang ilmu pengetahuan bisa disebarkan secara merata. Wawasan dan ilmu yang didapat seseorang dan yang lainnya tidak memiliki ketimpangan yang besar. Dengan begitu perkembangan ilmu pengetahuan bisa berjalan dengan pesat.

Sebenarnya banyak hal positif yang bisa diambil dari televisi. Selain informasi ilmu pengetahuan dan berita terkini, terdapat hiburan yang masih layak untuk dinikmati. Informasi-infromasi yang didapat bisa digunakan dalam mengembangkan ilmu pengetahuan ke depannya. Sementara hiburan dapat menghilangkan stress seseorang. Hiburan yang terdapat di media televisi pada umumnya lebih murah karena tidak perlu mengeluarkan uang banyak. Dengan hiburan yang dipakai sesuai dengan kadar yang baik dapat menawarkan energi positif bagi yang menikmatinya. Dengan pikiran fresh dan postifik maka seseorang akan selalu aktif dan kreatif.

2. Keakraban dan Pengarahan Keluarga

Media televisi juga memiliki sisi positif dalam membangun hubungan sosial. Khususnya hubungan sosial dalam keluarga. Dengan televisi, para anggota keluarga bisa duduk bersama menonton hiburan di televisi dan bisa berinteraksi secara harmonis antara satu dengan yang lainnya. Dengan begitu akan tercipta suasana nyaman dan akrab di antara keluarga. Hal ini akan berdampak pada meningkatnya prestasi anak karena ia berada di lingkungan yang harmonis. Sementara para orang tua bisa lebih semangat dalam bekerja dan membina keluarga untuk masa depan.

Televisi juga juga dapat memberikan pengaruh baik bagi beban orang tua dalam mendidik anak, sebab melalui media televisi para orang tua terbantu untuk mengajarkan pada anak-anak terhadap suatu ilmu pengetahuan yang barangkali tidak mereka pahami. Para orang tua dapat mendampingi anak dan memberikan pengarahan terhadap baik atau buruk suatu tayangan di televisi agar dapat dipahami oleh seorang anak. Orang tua juga dapat mendidik anak-anaknya dengan lebih mudah melalui media televisi dan anak akan merasa tidak terbebani untuk memahami apa yang diinginkan oleh orangtuanya.[1]

Pengaruh Negatif Media Elektronik Televisi

a. Membuat Malas

Dampak yang kerap muncul dari media televisi adalah malas. Seorang anak bisa terjangkit "penyakit" malas jika tidak ada bimbingan dan arahan dari orang tua, sebab media telivisi banyak menyajikan konten hiburan yang panjang. Hal ini bisa mengganggu jam belajar anak yang semestinya digunakan untuk mengasah kemampuan psikomotorik anak. Lupa belajar menjadi keseharian yang kerap timbul dari dampak ini. Oleh karena itu para orang tua sangat disarankan untuk membimbing anaknya dan menyaring atau membatasi tontotan di televisi agar dapat menjadi penyeimbang dalam hidup si anak tersebut.

b. Mencontoh hal-hal yang tidak baik/ negatif seperti cara bergaul, berbicara, berpenampilan, serta pribadinya

Pengaruh buruk lainnya adalah mencontoh kelakuan yang terdapat di layar televisi. Tidak semua tayangan di televisi bisa dikonsumsi oleh setiap kalangan. Ada tayangan yang memang diperuntukkan kepada anak-anak, remaja, hingga dewasa. Tayangan dewasa tidak tepat untuk dikonsumsi oleh anak-anak sebab pada umumnya konten dewasa sering menampilkan adegan kekerasan hingga aksi pornografi. Adegan tersebut tidak cocok untuk dikonsumsi oleh anak-anak. Terdapat juga cara berbicara orang dewasa yang memang tidak pantas untuk diucapkan oleh anak-anak. Gaya hidup seperti pergaulan bebas sering ditampilkan

[1] Saefullah, U. (2007). Kapita Selekta Komunikasi Pendekatan Budaya dan Agama. Bandung : Simbiosa Rekatama .

yang sebenarnya bukan ditujukan kepada anak-anak. Maka dari itu para orang tua harus bijak menyaring konten yang ada di media televisi.

c. Menurunnya minat baca anak-anak terhadap buku

Dampak terakhir berkaitan dengan rasa malas yang telah dibahas sebelumnya. Hiburan yang disajikan sepanjang waktu dapat membuat seorang anak melupakan belajarnya dan yang terburuk membuat seorang anak kehilangan minat baca.

E. Dampak Positif

1. Secara tidak langsung teknologi dapat menambah wawasan anak.
2. Anak dapat memperbanyak teman tanpa dibatasi jarak dan waktu.
3. Teknologi dapat memudahkan anak mencari dan mengetahui informasi terkini.
4. Anak-anak dapat memanfaatkan perangkat teknologi untuk program-program yang mengajarkan dasar membaca, berhitung, sejarah, geografi, dan lain sebagainya. Teknologi juga dapat mengubah perangkat pembelajaran menjadi menyenangkan yang dapat disesuaikan dengan hiburan dan pendidikan agar menarik minat belajar anak.
5. Membangun kreatifitas anak.

Perangkat teknologi dapat disesuaikan dan dimodifikasi menjadi obyek yang menyenangkan sebagai sarana belajar oleh anak. Selain itu juga mempermudah komunikasi. Dengan perangkat teknologi yang mumpuni, perkembangan pengetahuan anak bisa melesat cepat dibandingkan dengan masa sebelumnya.

F. Dampak Negatif

1. Anak dapat mengalami sebuah ketergantungan terhadap sebuah teknologi.
2. Teknologi dapat secara tidak langsung mengajarkan sifat seorang anak lebih individual sehingga cenderung menjadi anti sosial atau kurang bersosialisasi.
3. Pergaulan di dunia maya juga menjadi penyebab seorang anak tumbuh menjadi anti sosial atau kesulitan bersosial di kehidupan nyata.
4. Situs-situs pornografi yang bersewileran di dunia maya dapat secara tidak sengaja diakases oleh seorang anak dan ke depannya seorang anak dengan sengaja mengakses situs-situs yang berkonten pornografi.
5. Perkembangan teknologi selaras dengan perkembangan permainan sehingga membuat anak gampang terpengaruh yang terdapat dari permainan yang ada seperti kekerasan yang mengakibatkan munculnya sifat agresif anak.
6. Teknologi membuat seorang anak cepat puas sehingga mematikan kreatifitas anak sebab apa yang mereka dapatkan dari internet seakan-

akan lebih mumpuni daripada membaca buku. Hal ini membuat pikiran menjadi dangkal.

7. Teknologi juga menggerus daya kesabaran dan konsentrasi seorang anak sehingga pikiran mereka menjadi lemah dan lamban.

Dampak negatif lainnya adalah perkembangan anak yang terganggu. Aplikasi yang terdapat dalam perangkat teknologi memiliki kecanggihan fitur-fitur yang mengasyikkan. Hal ini mengganggu siswa dalam menerima pelajaran di sekolah dan sering terganggu dengan panggilan SMS dari teman hingga keluarga sendiri. Selain itu perkembangan teknologi dapat membuat seorang siswa lebih mudah untuk mencontek.

Perangkat teknologi juga memiliki efek yang buruk terhadap kesehatan. Radiasi yang ditimbulkannya dapat menyebabkan organ seseorang terganggu.

Teknologi yang canggih juga memberikan dampak pada tindak kejahatan. Para penjahat menjadikan anak-anak sebagai target kejahatan karena memegang teknologi canggih seperti *handphone,* laptop dan sebagainya.

Dengan hadirnya teknologi canggi sangat mempengaruhi pengeluaran para orang tua. Anak-anak yang merengek untuk mendapat sebuah *gadget* sering membuat pusing para orang tua, sebab tidak jarang *gadget* yang mereka inginkan berharga sangat mahal sekali. Hal ini sangat menyusahkan para orang tua.

Berdasarkan harga yang mahal tersebut maka terjadi penggolongan sosial dalam hubungan persahabatan seorang anak. Ada orang yang mampu membeli dan ada yang tidak mampu sehingga menimbulkan gap dalam pergaulan anak.

Anak yang memiliki *gadget* mahal dapat membentuk sifat anak menjadi hedonisme. Setiap keluaran terbaru akan membuat anak ingin memilikinya dan memaksa orang tuanya untuk membeli. Selain itu dengan perkembangan teknologi komunikasi di dalam *gadget* membuat seorang anak yang mengalami pubertas dapat dengan mudah menjalin hubungan diam-diam dan merugikan.

Internet (komputer, laptop atau *handphone*)

Komputer sebagai media, merupakan salah satu bentuk media pengajaran yang sudah banyak digunakan. Beragam aplikasi sudah banyak dibuat dan diterapkan dalam berbagai bidang.Komputer dapat dimanfaatkan sebagai alternatif media pengajaran sehingga membuat proses belajar-mengajar siswa menjadi lebih menarik. Sehingga perkembangan teknologi semakin canggih baik dalam dunia pendidikan, perkantoran maupun rumah tangga tidak ketinggalan, karena internet sudah tidak asing lagi dalam kehidupan kita.

Penggunaan teknologi komputer dan internet yang semakin meningkat memberikan dampak yang positif maupun negatif kepada pihak yang menggunakannya. Sebagai sisi positifnya internet dapat menembus batasan

ruang dan waktu sehingga penyedia layanan dan pengguna internet di belahan dunia manapun dapat melakukan berbagai hal di internet tanpa hambatan yang diakibatkan perbedaan ruang dan waktu. Sedangkan yang menjadi sisi negatifnya, kebudayaan luar akan dengan leluasa menyebarkan pengaruhnya kepada pengguna internet diluar budayanya.

G. KESIMPULAN

Perkembangan teknologi yang inovatif memudahkan pekerjaan manusia. Terutama dalam hal berkomunikasi. *Gadget* yang dilengkapi akses internet dapat membuka situs media sosial. Media sosial adalah *media online,*atau situs yang menyediakan penggunanya untuk berbagi tulisan, obrolan, dan lain – lain. Situs media sosial seperti Facebook, Instagram, Blog, dan lain – lainnya dapat berbagi informasi satu sama lain. Masyarakat pada umumnya dan terkhusus bagi anak anak menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi [Elektronik }. Media sosial menyediakan berbagai fitur yang disediakan secara menarik. Media sosial merupakan sebuah media komunikasi pada era sekarang yang dapat mempermudah masyarakat untuk berinteraksi, berbagi, serta mendapatkan semua informasi melalui media online ini tanpa terbatasi oleh jarak dan waktu. Macam-macam media sosial yang sering digunakan masyarakat diantaranya adalah google, youtube, facebook, instagram, twitter, dan lain sebagainya.

Media ini dapat digunakan oleh segala kalangan umur, termasuk anak-anak. Media sosial juga memiliki manfaat positif untuk anak, contohnya mereka dapat mengembangkan keterampilan, dapat membantu anak dalam belajar karena melalui media share; anak bisa mendapatkan ilmu baru. Namun tidak sedikit pengaruh buruk yang akan diterima anak-anak apabila pada setiap hari mereka lebih sering meluangkan waktunya untuk melakukan kegiatan dengan media sosial tersebut. Banyaknya kasus yang diakibatkan oleh media sosial ini, membuat orang tua harus ekstra keras mengawasi anak-anaknya dalam penggunaan media sosial agar tidak terjerumus dengan informasi yang menyesatkan.

DAFTAR BACAAN

Alisjahbana, ITeknologi dan Perkembangan. Jakarta: Yayasan Idayu. (1980).

Straubhaar, J., LaRose, R., & Davenport, LMedia Now: Understanding Media, Culture and . (2010). Technology, 6th edition. Belmont, CA: Wadsworth (JS).

Nurudin. Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta: Rajawali Pers. (2012).

Marshall, MGutenberg Galaxy: The Making of typographic Man. Toronto: University of Toronto Press. . (1962).

Nurudin. Sistem Komunikasi Indonesia. Jakarta: Rajawali Pers. (2004).

Saefullah, U. Kapita Selekta Komunikasi Pendekatan Budaya dan Agama. Bandung : Simbiosa Rekatama . (2007).

Marshall, M. Understanding Media. London: Routledge. (2001).

Griffin, E. A. A First Look at Communication Theory, 5th edition. New York: McGraw-Hill. (2003).

Pribadi, Benny, A., Katrin, Y. Buku Materi Pokok Media Teknologi. Jakarta: Universitas Terbuka. (2008).

Wibhowo, C., & Sanjaya, R. Stimulasi Kecerdasan Anak Menggunakan Teknologi Informatika. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo. (2011).

http://www.mitrakeluarga.com/surabaya/dampak-negatif-teknologi-gadget-terhadap-proses-perkembangan-anak/

Biodata Penulis

Nama : Amiruddin
TTL : Cot Ulei Gajah, 2 Januari 1981
Alamat : Dusun Cot Ulei Gajah,
Pekerjaan : Wiraswasta dan Dosen PTS

KONSEP ETIKA KOMUNIKASI MENURUT ALQUR'AN

Sanusi

PENDAHULUAN

Alquran merupakan sumber etika Islam, tetapi bukan sebuah buku tentang etika Islam. Manusia telah diberikan Alquran untuk membedakan tujuan Tuhan bagi ciptaanNya dalam QS. 6:236 ayat yang ditununkan ke dalam bahasa Arab kepada nabi Muhammad selama lebih dari 23 tahun. Selama periode ini, Alquran ditujukai kepada seluruh umat manusia (QS 39:41); kerangka moral dipresentasikan sebagai sesuatu yang dapat diaplikasikan secara universal, "sebuah pesan kepada seluruh alam" (QS 81:27). Bagi masyarakat pada zaman Nabi Muhammad, dan juga semua komunitas muslim sesudahnya, Alquran diterima sebagai sebuah keyakinan untuk menjadi dasar etika dan hukum Islam, wahyu Tuhan terakhir untuk umat manusia. Akan tetapi bagaimana dengan mereka yang memilih untuk tidak menerima Alquran sebagai wahyu Tuhan atau kepercayaan kepada Tuhan sebagai basis pada setiap sistem etika? Bagaimana bisa sebuah sistem etika keagamaan, walaupun mengklaim wahyu universal, melampaui partikularisme kepercayaan?

Alquran menyadari masalah ini dan menunjukan secara implisir di dalam sebuah ayat enigmatis: Ketika Tuhanmu menjadikan arak-anak Adam dan punggungnya, dan Tuhan mengambil kesaksian mereka sendiri firman-Nya, "Bukankah Aku ini Tuhanmu?" Mereka mengatakan; "Ya Kami menjadi saksi." Nanti di hari kiamat kamu tidak dapat mengatakan: "kami lengah akan hal ini."

Walaupun keinginan manusia untuk menjauh dari perintah-perintah Tuhan atau untuk menyangkal senluanya, setiap jiwa manusia adalah bagian hagi sebuah perjanjian arkais, sebuah/'perjanjian menghubungkannya dengan segala benda ciptaan lain yang mengakui Tuhan mereka. Per;anjian ini menciptakan realita kesadaran manusia, sebuah kesadaran yang mengakar di dalam setiap manusia tentang tidak hanya keberadaari Tuhan, tetapi juga hukum-hukum Tuhan, agar ketika keadilan Ilahi diadakan pada hari akhir, tidak ada jiwa yang dinyatakan tidak bersalah karena tidak tahu.

A. Etika dan moral

Etika berasal dari kata etos dalam bahasa Yunani timbul dari suatu kebiasaan pada setiap individu manusia (Rosihan Adhani 2014). Etika merupakan karakter, watak kesusilaan, etika bermula saat manusia merefleksikan unsur etis dalam menyampaikan pendapat sepontan, etika berkaitan dengan konsep yang dimiliki

individu ataupun kelompok untuk menilai apakah tindakan yang telahdikerjakan salah atau benar, buruk atau baik. Etika adalah refleksi dari apa yang disebut dengan *self control*, karena segala sesuatunya dibuat dan diterapkan dari dan untuk kepentingan orang atau kelompok profesi itu sendiri.

Etika merupakan tindakan seseorang untuk menilai baik dan baik, benar dan salah pada individu masing-masing manusia, manusia dapat menentukan rel dalam nalar untuk berfikir baik dan benar etika menusia menentukan tikah laku dan karekter manusia itu sendiri.

Adapun dalam kamus besar Bahasa Indonesia terbitan Departemen Pendidikan dan Kebudayaan (1988) merumuskan pengertian etika dalam tiga arti, yaitu sebagai berikut :

a. Ilmu tentang baik dan buruk, tentang hak dan kewajiban moral dalam kehidupan sehari-hari maupun dalam bermasyarakat bahkan dalam berprofesi sekalipun.
b. Kumpulan azas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak, atau pribadi seseorang.
c. Nilai yang mengenal benar dan salah yang dianut masyarakat.

Sementara itu moral merurapakan sopan santun yang dihasilkan dari ajaran atau aturan yang dihasilkan oleh pandangan atau kebiasaan, dalam kata lain moralitas merupakan bersumber dari adat atau tradisi, agama atau dari sebuah idiologi, sesuai dengan pernyataan *(Chaplin, 2006)* yang menyatakan bahwa moral mengacu pada akhlak yang sesuai dengan peraturan sosial, atau menyangkut hukum atau adat kebiasaan yang mengatur tingkah laku.

Pada dasarnya etika dan moral merupakan pondasi dasa pada setiap manusi, tanpa ada etika dan moral maka manusia tidaklah dapat dikatakan sebagai manusia. Fungsi dari etika dan moral tersebut pada manusia merupakan batasan prilaku atau sikap manusia dalam melakukan tindakan atau aksi.

B. Etika Komunikasi Islam

Hubungan sosial merupakan kebutuhan primer pada setiap menausia dalam menjalankan aktifitas kehidupan didunia, komunikasi merupaka salahsatu pelangkap dalam menjalan hubungan sosial, tanpa adanya komunikasi maka manusia tidak dapat menjalankan hubungan sosialnya dalam masyarakat. Etika dalam berkomunikasi merupakan norma nilai atau tingkah laku baik dalam berkegiatan berkomunikasi di suatu masyarakat.

Etika seperti yang telahdipaparkan di atas merupakan tindakan seseorang untuk dapat menilai sesuatu baik atau buruk, komunikasi merupakan interaksi antara komunikator dengan komunikan dengan tujuan penyampaian pesan dari komunikan ke komunikator, Rosihan Adhani 2014 menyampaikan. Komunikasi dapat terjadi apabila ada kesamaan antara penyampaian pesan dan orang yang menerima pesan, sehingga

komunikasi bergantung pada kemampuan untuk memahami satu dengan yang lainnya (*communication depends on our ability to understand one another*).

Dalam pandangan Islam etika berkomunikasi jauh sudah diajarkan pada setiap manusia semasa kita masih berusia kanak-kanak, Islam sudah mengajarkan itu pada setiap anak-anaknya, diawali dengan etika berkomunikasi antar orangtua dan anak, antara abang dan adik dalam sebuah keluarga, mengenai berkomunikasi yang baik merupakan salah satu ajran ahlak dalam Islam, sesuai dengan Hadist yang disampaikan oleh HR. Bukhari No 6018. Barang siapa yang beriman kepada Allah dan hari Akhir maka bicaralah dengan baik atau diam.

Beberapa firman Allah Swt dalam Alquran telah dijelaskan diantaranya Alquran ayat Al-Isra ayat 53, Al-Furqan ayat 63, Al-Baqarah ayat 83 dan jugak terdapat dalam ayat-ayat yang lain. Dalam hal ini kita bicarakan seperti yang disampaikan dalam Alquran QS. Al-Baqarah ayat 63, dalam ayat tersebut menyatakan bahwah mengingatkan kembali kepada Nabimuhammad Saw, tentang pesan yang Allah sampaikan kepada kaum bani Israil untuk menyembah Allah dan patuh kepada kedua orang tua juga untuk menyayangi anak yatim dan fakirmiskin, dalam melakukan komunikasi yang baik.

وَإِذْ أَخَذْنَا مِيثَٰقَكُمْ وَرَفَعْنَا فَوْقَكُمُ ٱلطُّورَ خُذُوا۟ مَآ ءَاتَيْنَٰكُم بِقُوَّةٍ
وَٱذْكُرُوا۟ مَا فِيهِ لَعَلَّكُمْ تَتَّقُونَ ﴿٦٣﴾

Yang artinya : *Dan (ingatlah), ketika Kami mengambil janji dari kamu dan Kami angkatkan gunung (Thursina) di atasmu (seraya Kami berfirman): "Peganglah teguh-teguh apa yang Kami berikan kepadamu dan ingatlah selalu apa yang ada didalamnya, agar kamu bertakwa"*

Komunikasi yang harus disampaikan kepada sipenerima pesan denga konsep komunikasi yang baik dalam komunikasi Islam dapat disampaikan dalam beberapahal diantaranya :

1. Akhlak

   Secara umum akhlak merupak sesuatu tingkahlaku seseorang yang didorong keingin secara sadar untuk melakukan perbuatan yang baik, ahklak merupakan perangai atau tingkahlaku manusia, dalam wikipedia dijelaskan cara membedakan akhlak, moral dan etika yaitu Dalam etika, untuk menentukan nilai perbuatan manusia baik atau buruk menggunakan tolok ukur akal pikiran atau rasio, sedangkan dalam moral dan susila menggunakan tolok ukur norma-norma yang tumbuh dan berkembang dan berlangsung dalam masyarakat (adat istiadat), dan dalam akhlaq menggunakan ukuran Al Qur'an dan Al Hadis untuk menentukan baik-buruknya.

Berakhlak Islamiah berarti melaksanakan ajaran Islam dengan jalan yang lurus terdiri dari iman, Islam, dan ihsan. Kedudukan akhlak dalam kehidupan manusia menempati tempat yang penting sebagai individu, sebab jatuh bangunnya seseorang tergantung kepada bagaimana akhlaknya. Apabila akhlaknya baik, maka sejahteralah lahir dan batinnya, begitupun sebaliknya. Nabi memiliki akhlak yang agung, disebut sebagai suri teladan yang baik. Allah swt. Sesuai dengan Alquran Surah Al-Ahzab ayat 21, sebagai berikut:

لَّقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ ٱللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُواْ ٱللَّهَ وَٱلْيَوْمَ ٱلْأٓخِرَ وَذَكَرَ ٱللَّهَ كَثِيرًا ﴿٢١﴾

Yang artinya : *Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah* (QS.Al-Ahzab ayat 21).

2. Komunikasi

Semua penjelasan di atas memiliki kaitan erat dengan dengan komunikasi, tanpa akhlak, sopan satu yang baik makan tidak akan tercapai komunikasi yang dengan konsep komunikasi Islam.

Komunikasi merupakan aktifitas manusia yang sangat penting, tidak hanya dalam kehidupan masyarakat, namun dalam kehidupan manusia secaraumum. Komunikasi merupakan hal yang esensial dalamkehidupan saat berinteraksi dengan sesama. Komunikasi atau *communicaton* berasal dari bahasa Latin *communis* yang berarti'sama'. *Communico*, *communicatio* atau *communicare* yangberarti membuat sama (*make to common*). Komunikasi dapat terjadi apabila ada kesamaan antara penyampaian pesan danorang yang menerima pesan, sehingga komunikasi bergantung pada kemampuan untuk memahami satu dengan yang lainnya (*communication depends on our ability to understand one another*)

Haffied Cangara 1988 menjelaskan Komunikasi adalah bentuk int er aksi manusia yang saling pengaruh mempengaruhi satu sama lainnya, sengaja atau tidak disengaja. Tidak terbatas pada bentuk komunikasi menggunakan bahasa verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni dan teknologi.

Dalam pandangan Islam komunikasi juga disebutkan dengan istilah Al-Ittisal yang berasal dari akar kata wasala yang berarti sampaikan seperti yang terdapat dalam Alquran surah Al-Qashas ayat 51 :

۞وَلَقَدْ وَصَّلْنَا لَهُمُ ٱلْقَوْلَ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ ﴿٥١﴾

Yang artinya : *Dan sesungguhnya telah Kami turunkan berturut-turut perkataan ini (Alquran) kepada mereka agar mereka mendapat pelajaran* (QS.Al-Qashas ayat 51).

Perlu dibedakan antara komunikasi Islam dengan komunikasi Islami. Komunikasi Islam adalah sistem komunikasi Umat Islam. Artinya bahwa, komunikasi Islam lebih fokus pada sistemnya dengan latar belakang filosofi (teori) yang berbeda dengan perspektif komunikasi non Islam. Dengan kata lain sistem komunikasi Islam didasarkan pada Alquran dan Hadits Nabi Muhammad Saw.

Andi Abdul Muis 2001 menyampaikan, komunikasi Islami adalah proses penyampaian pesan antara manusia yang didasarkan pada ajaran Islam. Artinya bahwa komunikasi Islami adalah cara berkomunikasi yang bersifat Islami (tidak bertentangan dengan ajaran Islam).

Dengan demikian pada akhirnya terjadi juga konvergensi (pertemuan) antara pengertian komunikasi Islam dengan komunikasi Islami.Boleh dikatakan, komunikasi Islami adalah implamentasi (cara melaksanakan) komunikasi Islam.

C. Etika Komunikasi Dalam Alquran dan Hadits

Secara etimologis, menurut Endang Syaifuddin Anshari, dalam muhammad alfan 2011 etika berarti perbuatan, dan ada sangkut pautnya dengan kata-kata *Khuliq*(pencipta) dan Makhluq (yang diciptakan). Akan tetapi, ditemukan juga pengertian etika berasal dari kata jamak dalam bahasa Arab "Akhlaq". Kata Mufradnya adalah *khulqu,* yang berarti : *sajiyyah*: perangai, *mur'iiah* : budi, *thab'in* : tabiat, dan *adab*: adab (kesopanan).

Secara etimologis, menurut Endang Syaifuddin Anshari, dalam muhammad alfan 2011 etika berarti perbuatan, dan ada sangkut pautnya dengan kata-kata *Khuliq*(pencipta) dan Makhluq (yang diciptakan). Akan tetapi, ditemukan juga pengertian etika berasal dari kata jamak dalam bahasa Arab "Akhlaq". Kata Mufradnya adalah *khulqu,* yang berarti : *sajiyyah*: perangai, *mur'iiah*: budi, *thab'in*: tabiat, dan *adab*: adab (kesopanan).

Badroen Aisal 2006 menjelaskan bahwa, etika adalah salah satu cabang filsafat yang mempelajari tentang tingkah laku manusia, perkataan etika berasal dari bahasa Yunani yaitu *Ethos* yang berarti adat kebiasaan. Etika adalah sebuah pranata perilaku seseorang atau kelompok orang yang tersusun dari suatu sistem nilai atau norma yang diambil dari gejala-gejala alamiyah sekelompok masyarakat tersebut.

Dalam Alquran dan Al-Hadits ditemukan berbagai panduan agar komunikasi berjalan dengan baik dan efektif, kita dapat mengistilahkannya sebagai kaidah, prinsip, atau etika berkomunikasi dalam perspektif Islam.

Kaidah, prinsip, atau etika komunikasi Islam ini merupakan panduan bagi kaum Muslim dalam melakukan komunikasi, baik dalam komunikasi intrapersonal,

interpersonal dalam pergaulan sehari hari, berdakwah secara lisan dan tulisan, maupun dalam aktivitas lain. Dalam berbagai literatur tentang komunikasi Islam kita dapat menemukan setidaknya enam jenis gaya bicara atau pembicaraan *(qaulan)* yang dikategorikan sebagai kaidah, prinsip, atau etika komunikasi Islam, yakni: (1) *Qaulan Sadida*, (2) *Qaulan Baligha*, (3) *Qulan Ma'rufa*, (4) *Qaulan Karima*, (5) *Qaulan Layinan, dan* (6) *Qaulan Maysura.*

1. Qaulan sadidan

perkataan yang benar, yaitu yang terdapat pada surat An Nisa\' ayat 9 yang berbunyi:

وَلْيَخْشَ ٱلَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا۟ مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَٰفًا خَافُوا۟ عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا۟ ٱللَّهَ وَلْيَقُولُوا۟ قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٩﴾

Yang artinya : *Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar* (QS. An Nisa' ayat 9).

Dilihat dari konteksnya maka perkataan yang benar merupakan representasi dari kejujuran. Kejujuran harus dibudayakan oleh semua umat Islam. Kejujuran merupakan pangkal kebajikan. Jika dikaitkan dengan isi ayat secara keseluruhan maka agar seseorang memiliki anak yang shaleh, kuat, tegas, dan mampu dalam menghadapi berbagai tantangan hidup maka orang tua harus menjadi teladan dalam kejujuran dan dalam aspek-aspek kehidupan yang lain. Hal ini sejalan dengan firman Allah dalam surat Al Ahzab ayat 70 yang artinya: "*Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar.*"

2. Qaulan balighan

berbicara dengan menggunakan ungkapan yang mengena, membekas pada jiwa, atau mengetuk lubuk hati yang dalam. Perkataan yang demikian disebutkan didalam surat An Nisa\' ayat 63 berikutn:

أُو۟لَٰٓئِكَ ٱلَّذِينَ يَعْلَمُ ٱللَّهُ مَا فِى قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُل لَّهُمْ فِىٓ أَنفُسِهِمْ قَوْلًۢا بَلِيغًا ﴿٦٣﴾

Yang artinya : *Mereka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang di dalam hati mereka. Karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka pelajaran, dan katakanlah kepada mereka perkataan yang berbekas pada jiwa mereka* (QS. Nisa ayat 63)

Perkataan yang demikian tepat sekali disampaikan kepada orang-orang yang hipokrit (munafiq). Mereka sesungguhnya adalah non muslim yang mengaku sebagai muslim. Menyadarkan mereka dari kesalahannya bukanlah hal yang mudah. Perkataan yang mampu mengetuk mata hatinyalah yang sangat mungkin mampu menyadarkannya dari pura-pura.

3. Qaulan ma'rufan

berbicara dengan Bahasa yang menyedapkan hati. Perkataan yang demikian terdapat di dalam Al Qur'an surat Al Baqarah ayat 235 berikut :

وَلَا جُنَاحَ عَلَيۡكُمۡ فِيمَا عَرَّضۡتُم بِهِۦ مِنۡ خِطۡبَةِ ٱلنِّسَآءِ أَوۡ أَكۡنَنتُمۡ فِيٓ أَنفُسِكُمۡۚ عَلِمَ ٱللَّهُ أَنَّكُمۡ سَتَذۡكُرُونَهُنَّ وَلَٰكِن لَّا تُوَاعِدُوهُنَّ سِرًّا إِلَّآ أَن تَقُولُواْ قَوۡلٗا مَّعۡرُوفٗاۚ وَلَا تَعۡزِمُواْ عُقۡدَةَ ٱلنِّكَاحِ حَتَّىٰ يَبۡلُغَ ٱلۡكِتَٰبُ أَجَلَهُۥۚ وَٱعۡلَمُوٓاْ أَنَّ ٱللَّهَ يَعۡلَمُ مَا فِيٓ أَنفُسِكُمۡ فَٱحۡذَرُوهُۚ وَٱعۡلَمُوٓاْ أَنَّ ٱللَّهَ غَفُورٌ حَلِيمٞ ٢٣٥

Artinya : *Dan tidak ada dosa bagi kamu meminang wanita-wanita itu dengan sindiran atau kamu menyembunyikan (keinginan mengawini mereka) dalam hatimu. Allah mengetahui bahwa kamu akan menyebut-nyebut mereka, dalam pada itu janganlah kamu mengadakan janji kawin dengan mereka secara rahasia, kecuali sekedar mengucapkan (kepada mereka) perkataan yang ma´ruf. Dan janganlah kamu berazam (bertetap hati) untuk beraqad nikah, sebelum habis ´iddahnya. Dan ketahuilah bahwasanya Allah mengetahui apa yang ada dalam hatimu; maka takutlah kepada-Nya, dan ketahuilah bahwa Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyantun* (QS. Al Baqarah ayat 235).

Perkataan yang ma'ruf dalam ayat itu digunakan dalam konteks kehidupan suami-istri. Para suami mendapatkan perintah untuk berkata yang ma\'ruf kepada istrinya dalam situasi apapun. Dalam kondisi ada konflik maka penggunaan perkataan yang ma\'ruf lebih dibutuhkan. Ungkapan ini juga digunakan di dalam surat An Nisa' ayat 5 dalam konteks mengasuh anak yatim, yang terjemahannya sebagai berikut: "*Dan janganlah kamu serahkan kepada orang-orang yang belum sempurna akalnya , harta yang dijadikan Allah sebagai pokok kehidupan. Berilah mereka belanja dan pakaian dan ucapkanlah kepada mereka kata-kata yang baik*". Perkataan yang ma'ruf juga digunakan di dalam surat An Nisa' ayat 8 dalam konteks pembagian harta warisan. Ayat tersebut terjemahannya adalah: "*Dan apabila sewaktu pembagian (harta warisan) itu hadir kerabat , anak yatim dan orang miskin,*

maka berilah mereka dari harta itu dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang baik.

4. Qaulan kariman

berbicara dengan kata-kata yang mulia. Perkataan ini terdapat pada surat Al Isra\' ayat 23 berikut.

۞وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوٓا۟ إِلَّآ إِيَّاهُ وَبِٱلْوَٰلِدَيْنِ إِحْسَٰنًا ۚ إِمَّا يَبْلُغَنَّ عِندَكَ ٱلْكِبَرَ أَحَدُهُمَآ أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُل لَّهُمَآ أُفٍّ وَلَا تَنْهَرْهُمَا وَقُل لَّهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا ﴿٢٣﴾

Yang artinya : *Dan Tuhanmu telah memerintahkan supaya kamu jangan menyembah selain Dia dan hendaklah kamu berbuat baik pada ibu bapakmu dengan sebaik-baiknya. Jika salah seorang di antara keduanya atau kedua-duanya sampai berumur lanjut dalam pemeliharaanmu, maka sekali-kali janganlah kamu mengatakan kepada keduanya perkataan "ah" dan janganlah kamu membentak mereka dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang mulia* (QS. Al Isra ayat 23)

Sesuai dengan konteksnya di dalam ayat tersebut, perkataan yang mulialah yang harus disampaikan kepada orang tua. Jangan sampai anak menyampaikan perkataan kepada orang tuanya atau orang yang dituakan (dimulyakan) kecuali dengan perkataan yang mulia, perkataan yang sopan, santun, dan pantas. Bahkan anak tidak diperkenankan bersuara yang keras melebihi suara orang tuanya.

5. Qaulan layyinan

berbicara dengan lembut. Perkataan ini terdapat pada surat Thaha ayat 44 berikut.

فَقُولَا لَهُۥ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُۥ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ ﴿٤٤﴾

Artinya : *maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, mudah-mudahan ia ingat atau takut"* (QS. Thaha ayat 44)

Sesuai dengan konteksnya, perkataan yang demikian disampaikan kepada orang yang diharapkan bisa berubah dari keangkuhan dan kesombongannya. Fir\'aun merupakan raja yang hebat, yang karena kehebatannya sampai ia mengaku menjadi tuhan. Untuk menghadapinya Nabi Musa dan Nabi Harun diperintahkan oleh Allah untuk menggunakan perkataan yang lemah lembut. Ini merupakan petunjuk bagi manusia manapun yang ingin menaklukkan orang yang sombong dan arogan. Tentu Bahasa yang lemah lembut bukanlah satu-satunya pilihan, sebab terkadang orang sombong bisa takluk kalau dihadapi dengan sombong juga.

6. Qaulan maysuran

berbicara dengan baik dan pantas. Perkataan ini disebutkan di dalam Al Qur\'an surat Al Isra\' ayat 28 berikut.

وَإِمَّا تُعۡرِضَنَّ عَنۡهُمُ ٱبۡتِغَآءَ رَحۡمَةٖ مِّن رَّبِّكَ تَرۡجُوهَا فَقُل لَّهُمۡ قَوۡلٗا مَّيۡسُورٗا ٢٨

Yang artinya: *Dan jika kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu yang kamu harapkan, maka katakanlah kepada mereka ucapan yang pantas* (QS. Al Isra\' ayat 28).

Perkataan yang pantas adalah perkataan yang sesuai dengan situasi dan kondisi. Dalam konteks ini bisa juga diartikan dengan perkataan tidak menimbulkan kesalahpahaman. Di sisi lain perkataan yang demikian juga tidak membuat orang kecewa, putus asa, merasa bersalah. Orang lain, terutama orang tua (ayah-ibu) yang mendengarkannya tidak tersinggung dibuatnya.

PENUTUP

Etika komunikasi Islami dapat diartikan sebagai nilai-nilai yang baik dan buruk, yang pantas dan yang tidak pantas, yang berguna dan yang tidak berguna, dan yang harus dilakukan dengan yang tidak boleh dilakukan ketika melakukan aktivitas komunikasi.

Kaidah, prinsip, atau etika komunikasi Islam ini merupakan panduan bagi kaum Muslim dalam melakukan komunikasi, baik dalam komunikasi intrapersonal, interpersonal dalam pergaulan sehari hari, berdakwah secara lisan dan tulisan, maupun dalam aktivitas lain. Dalam berbagai literatur tentang komunikasi Islam kita dapat menemukan setidaknya enam jenis gaya bicara atau pembicaraan *(qaulan)* yang dikategorikan sebagai kaidah, prinsip, atau etika komunikasi Islam, yakni: (1) Qaulan Sadida, (2) Qaulan Baligha, (3) Qulan Ma'rufa, (4) Qaulan Karima, (5) Qaulan Layinan, dan (6) Qaulan Maysura.

Daftar Pustaka

Andi Abdul Muis 2001, *Komunikasi Islam* (Bandung: Remaja Rosdakarya)

Alfan, Muhammad. 2011. *Pengantar Filsafat Nilai*. Bandung. CV Pustaka Setia

Badroen aisal 2006, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta : Kencana Perdana Media Group)

Chaplin J.P. 2006 *Kamus Lengkap Psikologi (terjemahan Kartono, K)*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.

Haffied Cangara1998, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada)

https://id.wikipedia.org/wiki/Akhlak

Rosihan Adhani 2014, *Etika dan Komunikasi dokter-pasien-mahasiswa* (Banjar Baru :PT. Grafika Wangi Kalimantan rOlly)

Biodata Penulis

Nama	:	**Sanusi**
TTL	:	Seuneubok Jalan,Aceh Timur, 29 Januari 1973
Alamat	:	Gampong Meutia , Kec. Langsa Kota, Kota Langsa - Aceh.
Agama	:	Islam
Status	:	Menikah
Pekerjaan	:	Dosen.
Pendidikan	:	1. SDN Alue Nireh (1985) 2. Mts .Perlak (1988) 3. Pesantren Darutthalibin Perlak (1996) 4. S1 KPI STAI Zawiyah Cot Kala Langsa (2003) 5. S2 KOMI IAINSU Medan (2012) 6. S3 KPI UIN Medan (Sekarang) Pengalaman Organisasi 1. Badan Kordinasi Pemuda Remaja Mesjid Indonesia, Indonesia Kota Langsa 2. HMI Cabang Langsa, 3. KNPI Kota Langsa 4. MD-KAHMI Kota Langsa

OPINION LEADER DALAM PERSPEKTIF BARAT DAN ISLAM

Lutfi Basit

Pendahuluan

Media massa merupakan saluran komunikasi yang digunakan untuk mentransmisikan informasi kepada khalayak dalam jumlah besar dalam format komunikasi massa. Bentuk-bentuk media dapat dikategorikan dalam media cetak, media broadcasting dan teknologi digital. Merujuk kepada kriteria media massa, maka buku, koran, majalah, film, radio, televisi, audio, dan rekaman music serta internet masuk dalam kategori media massa.

Dari berbagai literatur dapat diketahui bahwa media massa memiliki fungsi yang sangat komplek dalam denyut aktivitas masyarakat seperti memberikan informasi dan menghibur, menyebarkan berita, opini, dan advertising, juga pengawasan lingkungan, hubungan, transmisi budaya, dan mobilisasi. Maka tidak berlebihan jika media massa menjadi salah satu faktor penting yang dapat memengaruhi kehidupan manusia, membantu memperkuat persepsi tentang dunia dan bahkan mampu membantu perkembangan dan pertumbuhan budaya masyarakat dan individu.

Dengan peran strategis tersebut media massa digunakan untuk berbagai tujuan tergantung kepada kepentingan pengguna. Seorang politikus misalnya, ingin menggunakan media massa secara efektif khususnya untuk tujuan politik, da'i bisa memanfaatkannya untuk kegiatan dakwah. Pada masa lalu bentuk media massa masih sangat terbatas, namun saat ini berkembang dengan bentuk-bentuk yang lebih variatif.

Beberapa teori pers yang dikenal seperti *bullet theory* dan *hypodermic needle theory* mengklaim bahwa pers memiliki pengaruh yang sangat kuat untuk memengaruhi dan membangun opini publik. Kekuatan dan pengaruh inilah yang menyebabkan pers telah menjadi alat yang tak tergantikan dalam dunia politik misalnya, karena opini publik dalam pembentukan sebuah citra merupakan suatu kebutuhan. Demikian juga bagi mereka yang berhasrat untuk memegang kekuasaan dan pemerintahan di hampir setiap periode sejarah. Pers juga sering digunakan sebagai perangkat ideologis, juga digunakan sebagai alat pemasaran dan informasi yang efektif. Namun, apapun tujuan digunakannya, jelas bahwa pers memainkan peran utama dalam memengaruhi dan mengarahkan massa.

Dari media massa konvesional yang ada saat ini, televisi memiliki karakter yang memiliki daya tarik kuat karena sifatnya yang audiovisual. Televisi memiliki fitur, bahkan kekuatan yang menjangkau dan memengaruhi massa. Namun dalam penelitian yang dilakukan oleh Basit tentang perlakukan media terhadap isu agama mengungkapkan bahwa televisi tidak mampu memberikan informasi kepada public secara berimbang.

Dalam konteks politik, televisi digunakan politisi untuk mengungkapkan argumen dan memanfaatkan setiap kesempatan yang dibutuhkan untuk mencapai hasil kontestasi politik. Sejak awal abad ke-20 Media massa TV menjadi popular dan berperan dalam mengatur ulang bentuk politik; mengubah kualitas, metode pengiriman, konten dan efek dari pesan yang dikirim ke pemilih.

Penelitian yang dilakukan oleh Ince Mustafa menemukan bahwa televisi telah sejak paruh kedua abad kedua puluh TV telah digunakan secara aktif dalam setiap kampanye pemilihan presiden di Amerika Serikat. Para kandidat secara intens menggunakan televisi untuk pencitraan yang dikelola oleh konsultan dan sosiolog yang mengerti benar dahsyatnya pengaruh televisi. Dalam sertiap periode pemilihan, selalu muncul program-program debat di layar televisi layaknya sebuah pertarungan duel. Apa yang terjadi di Amerika Serikat juga terjadi di negara lain, termasuk di Indonesia.

Di Rusia, setelah jatuhnya Uni Sovyet kepercayaan publik dalam jurnalisme sebagai profesi telah menjadi sangat rendah, karena faktor ekonomi, politik dan budaya. Krisis kepercayaan terhadap media memiliki konsekuensi signifikan bagi wartawan Rusia pada periode awal pasca Soviet yang berusaha menjalankan peran pengawasan. Kepercayaan pada media dan kebebasan pers memliki hubungan langsung. Untuk itu kepercayaan adalah aspek penting dari menjaga kebebasan pers," Kata Jonathan Peters, seorang asisten professor jurnalisme di University of Georgia. Semakin rendah tingkat tingkat kepercayaan terhadap pers, maka akan lebih mudah secara politik untuk memberlakukan pembatasan pada kegiatan pers.

Di Amerika Serikat, Presiden Donald Trump, memiliki cara tersendiri untuk merendahkan dan menanamkan ketidak-percayaan terhadap media dengan menggunakan istilah "berita palsu" untuk menggambarkan berita negatif tentang dirinya. Ketika ruang kepercayaan terhadap media telah mati atau digantikan oleh propaganda, maka inilah titik yang berbahaya. Inilah konsekuensi paling penting dalam hilangnya kepercayaan di media.

Dalam penelitian yang diterbitkan dalam The International Journal of Press/ Politics, peneliti dari LMU Munich dan Universitas Denmark Selatan memeriksa data dari World Values Survey (1981-2014) dan European Values Study (1981-2008), menemukan bahwa penurunan kepercayaan terhadap media bukanlah fenomena independen, tetapi sangat terkait dengan persepsi publik terhadap lembaga-lembaga

politik, yang juga menghadapi masalah kepercayaan. Sikap terhadap pers tidak diciptakan dalam ruang hampa dan terjadi dalam semalam, tetapi melalui sebuah proses. Pers mungkin tergantung pada kepercayaan orang lebih dari kebanyakan lembaga, kata Rosenstiel, Direktur eksekutif American Press Institute dan co-penulis buku teks, "The Elements of Journalism" (Stankiewicz, 2018: 38).

Roudakova, seorang professor komunikasi di Erasmus University Rotterdam, menganggap bahwa ketidakpercayaan terhadap media memiliki dampak yang lebih serius dibandingkan serangan fisik atau tindakan hukum karena media dapat menciptakan masyarakat yang tidak lagi menghargai kebenaran (Stankiewicz, 2018: 40). Padahal salah satu fungsi sosial jurnalis yang penting adalah menyampaikan kebenaran termasuk kepada kekuasaan, menjadi pencari kebenaran dan menjadi pencerita kebenaran. Pertanyaan mendasar yang kemudian muncul adalah mungkinkah untuk menjalankan fungsi tersebut tanpa kepercayaan publik? Penelitian Roudakova membuktikan bahwa jawabannya mungkin tidak.

Di Indonesia, fenomea terhadap ketidakpercayaan terhadap media massa terutama televisi terlihat ketika terjadi peristiwa aksi penodaan agama pada 27 September 2016 yang dilakukan oleh Gubenur DKI Jakarta, Basuki Tjahaja Purnama yang dikenal dengan Ahok. Peristiwa itu diawali oleh pidato Ahok di Kepulauan Seribu yang menghimbau agar masyarakat jangan mau dibohongi dengan surat Al-Maidah ayat 51. Apa yang dilakukan oleh Ahok tersebut dituding telah melakukan penodaan terhadap agama Islam. Majelis Ulama Indonesia merespon dengan mengeluarkan fatwa bahwa pernyataan tersebut merupakan penistaan agama dan ayat Alquran. Isu penistaan agama tersebut bergulir cepat dan gaungnya sangat luas. Akibatnya terjadi beberapa kali aksi yang dimotori oleh koalisi umat Islam dalam rentang waktu bulan November 2016 sampai Maret 2017 untuk menuntut penegakan hukum atas pelaku penistaan agama.

Yang menarik dari peristiwa tersebut tidak hanya berfokus kepada peristiwa penodaan itu sendiri, tetapi juga bagaimana media massa memosisikan diri dalam mejalankan fungsinya memberikan informasi yang benar, faktual dan berimbang. Dalam beberapa kajian oleh pemerhati media, media massa tidak dapat melakukan fungsinya dengan baik, sehingga muncul akronim baru yang merupakan ungkapan masyarakat yang tidak memercayai media massa, seperti ungkapan untuk salah satu stasiun TV yang diplesetkan menjadi TiVu (menipu).

Terkait perlakuan media massa terhadap isu agama pada peristiwa penodaan agama oleh Ahok, Basit mengungkapkan bahwa media televisi memperlakukan isu agama tersebut secara tidak objektif melalui framing berita yang mengaburkan realitas dan fakta substantif, tidak sejalan dengan kode etik jurnalistik terkait independensi, akurasi, dan keberimbangan sehingga cenderung sebagai pseudo framing dan alat propaganda kelompok tertentu yang menimbulkan perpecahan

tajam di kalangan masyarakat. Namun pihak berwenang tidak mengambil tindakan sesuai harapan masyarakat. Implikasinya masyarakat beralih ke media sosial untuk memenuhi kebutuhan informasi terkait isu-isu agama yang terjadi bersamaan dengan proses pelaksanaan Pilkada DKI Jakarta tahun 2017 (Basit, 2018).

Pada era reformasi, pada medio 1998, Undang Undang Pokok Pers diganti dengan Undang Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang pers. Undang-undang ini memberikan ruang kebebasan kepada pers untuk mengungkapkan pikiran dan pendapatnya, namun kebebasan yang dimilikinya tidak mampu menjadikannya benar-benar bebas dari keberpihakan kepada kekuasaan, baik kekuasaan politik maupun kekuasaan pemilik modal. Sehingga pers mengalami apa yang disebut oleh Siregar sebagai anomali media, dimana media tidak mampu berfungsi sebagai pendidik khalayak dan kontrol sosial bagi masyarakat. Media terjebak untuk membangun opini demi mendukung ide-ide dan kepentingan pemiliknya dibanding membangun ruang publik yang sehat untuk mencerdaskan masyarakat (Siregar, 2003: xx).

Kebebasan pers seharusnya dimaknai sebagai kebebasan yang eksistensial, yaitu kemampuan media untuk menentukan sikapnya sendiri, mengungkap realitas apa adanya tanpa tendensi dan keberpihakan pada kelompok politik tertentu, termasuk pada pemilik media. Namun posisi jurnalis sebagai ujung tombak sebuah institusi pers, menurut Eriyanto, tidak dapat otonom, bahkan akan selalu terjebak pada subjektivitasnya. Akibatnya, fakta yang ditampilkan oleh jurnalis bukanlah fakta alamiah, melainkan fakta yang sudah dikonstruksi sehingga mengalami distorsi. Sehingga makna yang disampaikan tidak bergantung pada struktur makna itu sendiri, melainkan pada strategi pemaknaan. Dalam pandangan konstruksionis, realitas bersifat subjektif, ia ada karena diciptakan oleh subjektivitas pembawa pesan, dalam hal ini jurnalis. Realitas tercipta karena dikonstruksi oleh jurnalis sesuai dengan pandangan dan persepsi yang dimilikinya (Eriyanto, 2002: 19). Persepsi yang dimiliki oleh jurnalis terbentuk oleh identitas yang dipengaruhi oleh sosial, politik, agama, dan cara pandangnya. Dalam pandangan Warren dan Fassett (1974), hubungan antara identitas/persepsi dengan komunikasi disebut dengan *co-constitutive relationship*, yaitu keduanya memungkinkan untuk menghasilkan satu sama lain. Identitas dan persepsi akan mencerminkan komunikasi seorang komunikator, demikian pula sebaliknya (Warren et al., 2011: 61-63).

Komunikasi Islam

Ada semacam kegelisahan seperti yang diungkap oleh Downing (1996) bahwa pengetahuan kita pada dasarnya didasarkan pada pengalaman dan contoh dari Barat, terutama dari Amerika Serikat. Ada juga keprihatinan yang berkembang atas 'bias Barat' dalam teori media dan dampak negatif parokial (McQuail, 2001; Curran and Spark, 2000). Namun ada upaya dewesternisasi, secara perlahan karya

para sarjana komunikasi dari berbagai daerah selain Eropa Barat dan Amerika Serikat tampil kedepan, mengungkapkan beberapa analisis komparatif yang sangat dibutuhkan dan literatur yang berkembang berfokus pada contoh-contoh media dan masyarakat di luar pengalaman Anglo-Amerika, ini yang kemudian disebut sebagai internasionalsiasi media. Namun, dibutuhkan lebih dari sekedar sekumpulan artikel tentang status media dan komunikasi untuk keluar dari hegemonik, karena jika hanya itu tidaklah cukup untuk 'de-Westernising'. Perlu penelitian serius dan kritis tentang dewesternisasi. Pertanyaan yang penting dan mendasar adalah apa yang sedang 'de-Westernized', atas dasar apa dan mengapa merupakan pertanyaan penting yang perlu penelitian ketat dan kritis.

Sebagai reaksi terhadap bias 'Barat,' banyak orang yang mencoba mengambil isu Eurocentrism yang beroperasi dalam pandangan dunia orientalis, dengan memunculkan teori komunikasi Islam yang didasarkan pada konseptualisasi yang sempit dan esensialis tentang budaya 'otentik'. Banyak pengamat berpandangan bahwa wilayah Timur Tengah memiliki karakter yang unik, hal itu karena agama tetap menjadi ciri sentral dan menentukan dari sejarah yang terpadu dan identitas budaya Islam. Studi tentang 'sejarah' dan 'budaya' ini menunjukkan ketidakcocokan antara Islam dan Muslim dengan modernitas. Oleh karenanya dunia Muslim tetap menjadi sebuah kasus yang 'luar biasa' (Mowlana dan Wilson, 1990). "Islam" adalah luas dan beragam secara historis sebagai variabel penjelas utama. Dalam skenario ini, Islam diberi kehidupan mandiri dengan kontennya yang dianggap seragam yang terlepas dari sejarah, perubahan material dan demografis yang lebih luas, juga terlepas dari sifat negara, politik, dan tidak terikat dengan lokasi. Betapa ironisnya kemudian, bahwa sesuatu yang menyebabkan begitu banyak perubahan (Islam), bisa begitu nyaman dengan tidak berubah. Ada klaim bahwa hanya 'Barat' yang mampu berevolusi dari pra-modernitas ke modernitas dengan munculnya kapitalisme.

Klaim ini dianggap sebagai bentuk serangan yang lebih luas dan menyeluruh terhadap kebenaran, alasan, dan realitas dalam ilmu-ilmu sosial. Dalam teori sosial hal ini disebut sebagai 'cultural turn' (Nash, 2001) juga terlihat dalam arus anti-modernis dalam kajian media. Ironisnya, 'dekonstruksi' ilmu-ilmu sosial dan upaya-upaya pengembangan dan kajian media 'de-Westernizing' terjadi atas nama mereka di 'negara-negara berkembang' yang terlibat dalam perjuangan pahit terhadap despotisme beberapa warisan, adat istiadat atau tradisi sosial mereka sendiri. Perubahan menuju otoritas tradisi, membawa kaum revivalis agama mulai mendominasi politik di banyak bagian dari dunia non-Barat.

Menariknya, terjadi upaya untuk 'merumuskan' teori media baru dan anti-Eurosentris dalam konteks wacana tentang perbedaan budaya, dan khususnya 'hiperbola' 'benturan peradaban', yang memunculkan perdebatan seputar 'Barat'

dan 'orang lain'. Dalam kasus Timur Tengah, analisis media dikonseptualisasikan dalam istilah 'mencoba menggali beberapa akar dari benturan budaya saat ini antara dunia Muslim dan Barat' (Schlesinger dan Mowlana, 1993, 5). Dengan asumsi bahwa pengaruh budaya yang digunakan untuk menghambat perkembangan mode komunikasi tertentu. Hal seperti itu mengilustrasikan bagaimana masalah kekuasaan yang luas direduksi menjadi hanya masalah 'kesalahpahaman budaya' (Fraser, 1995).

Memang harus diakui bahwa benturan terjadi, tetapi apakah hal itu disebabkan oleh budaya. Di dunia yang dikotomis ini kaya dan miskin, 'punya' dan 'tidak punya', maju dan terbelakang, Utara dan Selatan, sangat potensial menyebabkan terjadinya benturan. Kenyataan bahwa dunia terpolarisasi seperti ini diabaikan (Senghaas, 2001, 76).

Hasilnya, komunikasi telah semakin dikonseptualisasikan dalam istilah 'Asia', 'Afrika', 'Islam', 'Buddha' dan seterusnya dan seterusnya, dengan perbedaan antar budaya. Kualifikasi baru ini adalah bagian dari tren yang mencerminkan perlakuan sedikit demi sedikit dari totalitas sosial yang telah mengalihkan fokus dari mode produksi ke 'pengalaman interpretasi kelembagaan institusional '. Sebagai fenomena historis, media massa adalah bagian dari perkembangan umum masyarakat modern dan tempat, peran dan fungsi mereka hanya dapat dipahami dan diuji dalam konteks ini (Khiabany, 2007: 109).

Dalam perkembangan belakangan ini banyak pertanyaan ironis yang bermula dari paradoks-paradoks modernitas kapitalis dan modernisasi. Determinan agama adalah sebuah contoh yang baik. Dalam penelitian Mowlana dengan tepat menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti kemampuan penguasaan bahasa dan studi wilayah, serta tingkat etnosentrisme yang tinggi dan banyak bias ideologis, telah berkontribusi pada pengabaian dalam banyak teori komunikasi internasional. Sulit juga membantah pernyatannya bahwa 'pengetahuan kita tentang komunikasi, budaya dan sistem sosial bersifat lokal oleh karenanya sangat mendesak untuk 'mempelajari sistem budaya dan sosial dalam konteks komparatif dan universal. Dengan mengurangi budaya dan sejarahnya yang rumit menjadi beberapa stereotip yang sudah dikenal, para sarjana Barat menolak untuk memahami peristiwa politik dan budaya yang kompleks, perjuangan dan gerakan di kawasan Timur Tengah, hanya mencatat proses-proses semacam itu dengan label 'Fundamentalisme'. Dia juga mengeluhkan bahwa banyak kontribusi dari 'Dunia Islam' di berbagai cabang ilmu pengetahuan, humaniora dan inovasi teknologi diabaikan, seolah-olah kaum Muslim tidak pernah mengalami restrukturisasi atau perubahan, dan seolah-olah 'dunia Islam' tetap resisten dari operasi modal global dan kecenderungan global menuju privatisasi sumber daya publik.

Gagasan tentang mode komunikasi Islami yang 'unik' dan usaha untuk memunculkan teori media Islamiah, tidak ada hubungannya dengan media

yang dimiliki oleh orang-orang yang beragama Islam, atau tidak juga media yang dirancang untuk dikonsumsi hanya oleh Muslim. Konsep yang ditawarkan 'komunikasi Islam' (meskipun ada perbedaan yang jelas dalam penekanan dan 'identitas' mereka, dan di atas semua politik mereka) adalah pembagian dunia ke dalam dua kategori yaitu Islam yang takut akan Tuhan di satu sisi dan Barat yang sekuler di sisi lain. Menurut Mowlana, kategori ini mencoba untuk membebaskan 'teori komunikasi' menganut orientasi konseptual Barat, dimana Islam dan negara-negara Islam dianggap sebagai ruang homogen tunggal di mana apa yang disebut teori universal media, budaya dan masyarakat tidak sesuai dan karena itu tidak berlaku. Inilah pemikiran esensialis.

Elemen kunci dari pemikiran esensialis adalah reduksionisme: yaitu pengurangan semua identitas lain seperti kelas, jenis kelamin, etnis, kesetiaan regional dan politik ke satu identitas inklusif. Perlu ada satu cara sebagai cara tunggal dari '*imagining community*' untuk mendefinisikan identitas 'tunggal' yang dianggap penting ini, yaitu kriteria apa yang digunakan untuk mendefinisikan Muslim dan Islam? Tetapi cara pandang seperti ini dianggap sebagai cara pandang sempit yang mendorong perdebatan seputar teori budaya Muslim yang menyebutkan bahwa media massa harus, dalam menajalankan fungsi hiburan dan peran pelayanannya, tetap memperhatikan prinsip-prinsip seperti batas-batas Tuhan. Namun hal ini juga memicu perdebatan tentang siapa yang menentukan apa yang 'dilarang', 'tidak senonoh', atau 'memalukan'? Bagaimana mengetahuinya dan siapa yang memiliki otoritas penafsiran untuk mendefinisikan apa yang memalukan dan obsesi, dan atas dasar dan kriteria apa? Hanya pemahaman abstrak atau pandangan dunia religius yang terpisah dari sejarah dan politik yang dapat mengesampingkan pertanyaan-pertanyaan penting seperti itu. Tidak dapat disangkal adanya label 'Dunia Islam', tetapi akan lebih sederhana untuk menyatakan bahwa 'isi' dari label ini tetap sama sepanjang sejarah, dan di bawah kondisi sosio-ekonomi yang berbeda.

Titik perdebatan dari tulisan Mowlana adalah apa yang dilihatnya sebagai perbedaan utama antara budaya dan pemerintahan Islam di satu sisi, dan sistem dan budaya politik modern di sisi lain. Dalam pandangan Mowlana konsep negara-bangsa tidak dikenal dan bertentangan dengan prinsip-prinsip fundamental ajaran Islam. Berbeda dengan negara-bangsa, yang merupakan negara politik, negara Islam adalah negara yang 'takut akan Tuhan', yang didirikan di atas Alquran, Sunnah dan Syariah (hukum Islam). Dalam sistem ini, tidak ada pemisahan antara publik dan privat, agama dan politik, kekuatan spiritual dan temporal. Berbeda dengan model negara-bangsa, di negara Islam kedaulatan bukan milik rakyat tetapi bertumpu pada tuhan. Gagasan Islam tentang komunitas juga berbeda dari gagasan Barat tentang komunitas. Di sini komunitas Islam, Umma (komunitas umat beriman) terbentuk atas dasar keyakinan dalam kesatuan tuhan, alam semesta dan alam.

Dalam komunitas seperti itu, ras, kebangsaan, dan etnis tidak memiliki relevansi. Modernisasi dan modernitas tidak menyebabkan erosi esensi Islam Kegagalan modernitas di negara-negara Muslim menunjukkan kemenangan Islam. Konstruksi imajinasi sosial tentang Islam dan budaya Islam yang menyatukan menyisihkan perbedaan nyata antara kaya dan tidak, pedesaan dan perkotaan, pria dan wanita, mengaburkan keragaman internal dalam 'dunia Islam'.

Opinion Leader Dalam Perspektif Barat

Konsepsi opinion leader pertama kali didefinisikan oleh para ahli komunikasi Amerika, Paul Lazarsfeld, ketika melakukan penelitian pengaruh media massa (radio) terhadap keputusan memilih presiden. Menurutnya opinion leader adalah seseorang yang memainkan peran mediasi yang berpengaruh dalam kelompok sosial selama proses melalui media informasi, dan mengacu pada model propagasi lisan dua tahap. Tahap pertama, opinion leader menerima informasi, selanjutnya opinion leader meneruskan kepada pengikutnya disertai dengan penyebaran pengaruh. Kekuatan opinion leader adalah pada perannya yang tidak hanya sekedar perantara informasi, tetapi juga menambahkan unsur persuasi ketika meneruskan pesan kepada pengikutnya. Teori aliran komunikasi dua tahap ini membuktikan bahwa pengaruh media massa tidak sedahsyat yang dibayangkan.

Dengan kekuatan yang dimiliki oleh seorang opinion leader maka dalam berbagai kajian referensi Barat, opinion leader mustilah memiliki beberapa kriteria, yakni 1) *are more exposed to all forms of external communication*, 2) *have somewhat higher socioeconomic status*, 3) *are more innovate, and* 4) *are at the middle of interpersonal communication networks* (Rogers, 1983).

Selain itu ada beberapa kriteria lain yang perlu dimiliki oleh opinion leader, yaitu pendidikan formalnya lebih tinggi dibandingkan dari anggota masyarakat lain, begitu juga status sosial ekonominya, lebih inovatif dalam menerima dan mengadopsi ide baru, lebih banyak pengenalan/terpaan medianya *(media exposure)*, memiliki kemampuan empati yang lebih besar, partisipasi sosial lebih besar, dan lebih.

Floyd Ruch menambahkan bahwa pemimpin, termasuk opinion leader harus memiliki *social perception*, seorang pemimpin harus dapat memiliki ketajaman dalam menghadapi situasi; *Ability in abstract thinking*, pemimpin harus memiliki kecakapan secara abstrak terhadap masalah yang dihadapi; *Emotional stability*, pemimpin harus memiliki perasaan stabil, tidak mudah terkena pengaruh dari luar (yang tidak diyakini dan bertolak belakang dengan keyakinan masyarakat).

Dalam sebuah penelitian yang dilakukan terhadap pemimpin dan pengikut, menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara perilaku kinerja pemimpin (Kouzes dan Posner, 2002) dan perilaku pengikut yang efektif dalam melakukan pekerjaan,

bekerja dengan orang lain, dan merangkul perubahan (Pittman et al., 1998; Baker et al., 2016: 213). Lebih lanjut penelitian ini menemukan bahwa menjadi pengikut yang efektif sangat berpotensi menjadi pemimpin yang efektif, terutama di lingkungan kerja di mana perubahan adalah konstan.

Penelitian lain yang dilakukan Carsten menemukan bahwa pengikut ketika berinteraksi dengan para pemimpin mereka memiliki karakteristik khas, bisa mungkin pasif, aktif, atau proaktif. Kemampuan mengungkapkan pendapat dan kemampuan komunikasi yang baik ditemukan pada pengikut proaktif (Carsten et al., 2010). Komunikasi yang berani diikuti dengan membangun kepercayaan dianggap penting bagi pengikut dalam membangun hubungan (Rosenbach et al., 2012).

Keberadaan opinion leader dapat diukur atau ditentukan melalui metode sosiometris, *informants' rating*, dan *self designing method*. Metode sosiometris dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan kepada masyarakat tentang orang yang mereka cari untuk memperoleh informasi atau nasihat mengenai suatu topic atau masalah. Orang-orang yang ditunjuk yang menerima jumlah paling besar dalam *sociometric choice* disebut opinion leader yang dimaksudkan.

Metode *informants' rating* dilakukan dengan menentukan orang-orang yang diperkirakan mengetahui tentang pola-pola pengaruh dalam sistem tersebut. Di sebuah desa misalnya, seorang ustadz dapat menjadi *key informant* dan dapat diminta untuk menunjuk siapa-siapa yang berpengaruh di desanya. Melalui orang kunci seperti inilah kemudian dapat ditemukan opinion leader untuk suatu topic atau beberapa topik tertentu. Dengan demikian seorang opinion leader bisa siapa saja, seperti seorang guru desa, alim ulama, sesepuh desa, pensiunan pegawai, dan sebagainya.

Self designing method bisa dilakukan dengan mengajukan pertanyaan kepada responden dan minta ditunjukkan tendensi orang lain yang dapat menunjuk siapa-siapa yang diperkirakan mempunyai pengaruh, misalnya "Apakah orang-orang yang memerlukan informasi atau nasihat datang pada Bapak/Ibu?" jika jawabannya "Tidak", maka kita bisa meminta kepadanya untuk menunjukkan siapa orang yang sering dimintai informasi atau nasihat.

Pada awal abad ke-20 terjadi perkembangan teknologi media yang begitu pesat ditandai dengan perkembangan internet. Muncul media baru yang lebih memberikan peluang publik untuk mencari informasi sesuai yang dibutuhkan. Media massa konvensional yang sebelumnya menggunakan "jasa" opinion leader untuk menjangkau khalayak, sekarang bersaing ketat dengan media baru.

Perkembangan teknologi informasi telah membuat opinion leader dalam konsep media konvensional telah 'mati suri' karena orang dapat bertukar informasi dan ide komunikasi di komunitas yang berbeda dan pemahaman public tergantung

kepada kemampuan mereka untuk mengasosiasikan dengan objek atau peristiwa lain yang kemudian membentuk sebuah struktur yang utuh yang bisa dipahami dan dipersepsi, seperti dalam teori Gestalt. Dengan demikian perlu redefinisi opinion leader untuk perannya dalam konteks *new media*. Pemimpin opini di komunitas online memiliki potensi besar untuk memengaruhi publik dalam semua aspek kehidupan, seperti perilaku pembelian sampai kepada pandangan politik masyarakat sampai batas tertentu. Banyak sarjana yang selanjutnya mulai mempelajari kekuatan pengaruh opinion leader di bawah *platform* jejaring sosial ini.

Opinion leader pada *new media* memiliki kriteria berbeda dengan opinion leader sebelumnya. Pada *new media*, keberadaan opinion leader diukur dari pengguna yang memiliki lebih banyak penggemar, derajat keaktifan mereka lebih tinggi dan mereka sering melakukan posting asli. Tulisan yang diterbitkan dari para opinion leader dapat menghasilkan efek difusi penyebaran yang sangat besar.

New opinion leader dapat diidentifikasi dengan dua cara, yaitu atribut pengguna dan perilaku pengguna. Atribut pengguna mengacu kepada fitur terkait informasi atribut pengguna, seperti nama panggilan pengguna, jumlah penggemar, dan jumlah teman yang terutama mencerminkan kredibilitas pengguna dan menentukan kemungkinan pengguna untuk menjadi opinion leader. Karakteristik perilaku mengacu pada kebiasaan perilaku pengguna untuk mempublikasikan mikro-blog, misalnya apakah mikro blog yang dirilis milik mikro blog penerusan, apakah mikro blog yang dirilis adalah pengguna lain, dan ketika meneruskan mikro blog, apakah komentar dieksekusi dan seterusnya.

Meskipun ada perbedaan yang signifikan antara opinion leader media massa konvensional dan opinion leader pada new media, namun ada kesamaan bahwa keduanya menekankan kepada kuantitas materialistis dan hampir tidak menyinggung tentang pentingnya kualitas moral dan spiritual. Pada titik ini jelas perbedaannya dengan konsep Islam yang konsen terhadap nilai-nilai moral spiritual dalam menentukan kriteria seorang leader, termasuk opinion leader.

Opinion Leader Dalam Perspektif Islam

Para tokoh media telah mengalihkan akses konsumsi kepada lebih banyak orang. Dalam media, wacana yang sebelumnya bersifat "pribadi" atau sangat tergantung pada konteks interaktif tiba-tiba dibawa ke ranah publik dan menjadi konsumsi publik melalui teknologi media baru.

Dalam perkembangannya, teknologi komunikasi juga menggerakkan wacana Islam ke pasar dan menyelaraskan praktiknya, berbagai pilihan, dan alternatif baik secara metafora maupun secara harfiah dengan sarana tambahan untuk melayani permintaan tersebut. Media lokal telah bertransformasi melalui Internet menjadi

media global yang memungkinkan untuk memperoleh audiens baru dengan cakupan yang luas dan jumlah yang besar. Maka bentuk komunikasi baru tersebut telah memindahkan wacana Islam di luar teks bahasa klasik ke dalam vernaculars kontemporer dan melibatkan aktor-aktor baru, situs produksi, dan konsumsi (Manuel, 1993); Begitu juga televisi satelit tidak hanya untuk hiburan tetapi, bersama dengan Internet, berfungsi untuk pers transnasional (Alterman, 1998). Saat ini hampir semua media massa konvensional memiliki versi *online*, di mana mereka bersaing satu sama lain termasuk dengan para sumber berita individual yang mampu juga untuk memproduksi pesan, interpretasi, dan informasi.

Fitur pada media baru memiliki kompleksitas melampaui pesan-pesan yang disampaikan melalui media konvensional. Tidak ada batasan lagi untuk mengekepersikan diri di ruang sosial yang juga tidak terbatas. Ketika sebuah peristiwa yang bernilai berita ditolak oleh media konvensional seperti TV untuk ditayangkan, maka media baru akan mengambil peran itu. Di Indonesia pada peristiwa Reuni 212 di Monas Jakarta pada tanggal 2 Desember 2018 misalnya, hanya ada satu TV *mainstream* yang menayangkannya, padahal peristiwa tersebut melibatkan jutaan manusia dari pelosok negeri Indonesia.

Media baru menciptakan aktivitas lebih energik dan dinamis, eksperimental, dan kreatif; tetapi yang selalu terjadi adalah bahwa setiap hal yang baru biasanya memantik masalah pada awalnya. Media baru ini menarik semua orang termasuk segmen muda (Anderson, 1997 dan 1999; Gonzalez-Quijano, 2003). Secara global, internet baru berusia 30 tahun, tetapi memiliki dampak yang luar biasa sampai kepada merebaknya nomophobia, rasa cemas dan takut jika tidak bersama *gadget*. Dalam dunia bisnis, internet menawarkan beberapa hal yang menarik seperti mengurangi terjadinya hambatan bagi produsen, hubungan antara produsen dan konsumen menjadi lebih simetris, dan derajat interaktivitas yang lebih tinggi di antara mereka.

Konsepsi publik dalam perkembangan media baru ini juga menjadi rumit. Konsep awal publik hampir sama antara media dan negara. Secara sepesifik public media adalah khalayak, sementara publik negara adalah opini, keduanya biasanya terjadi kesenjangan dan asimetris, inilah yang membedakan dengan publik pada media baru. Dalam media baru publik berkembang dengan sangat pesat dan sangat besar dengan jangkauan yang lebih jauh dan lebih interaktif dan lebih variatif pilihan medianya. Teknologi untuk memproduksi dan memodifikasi sangat mudah, dilakukan dengan digital di genggaman tangan. Publik macam apa ini, jika tidak bisa dibedakan antara dia sebagai penonton atau sebagai opini massa? Bagaimana mungkin kita berpikir tentang publik yang ditandai dengan interaktivitas, konvergensi produsen dan konsumen, fragmentasi yang pada akhirnya mengaburkan perbedaan dan hambatan untuk masuk?

Perkembangan teknologi komunikasi memiliki sifat yang permisif, hal itu dapat dilihat dari ruang komunikasi terbuka yang terdistribusi, terdesentralisasi, terstruktur jaringan di mana pengguna mempunyai minat, menempatkan konten, dan dengan demikian menyusunnya di sekitar kepentingan tersebut. Peluang ini dimanfaatkan oleh para opinion leader muslim untuk mendistribusikan teks-teks Alquran dan hadits nabi.

New opinion leader dalam perspektif Islam didasarkan kepada nilai-nilai Islam dengan Nabi Muhammad sebagai tokoh sentral dan menjadi sangat strategis, karena perkembangan teknologi komunikasi dengan berbagai fitur media terutama media sosial menjadi tumpuan masyarakat untuk melakukan transaksi pesan. Media sosial beroperasi dalam lingkungan neoliberal yang dicirikan dengan akumulasi modal, sehingga dapat dilihat secara kasat mata bagaimana seluruh bidang kehidupan mengalami proses menjadi komoditi yang bernilai ekonomi yang dielaborasi oleh Vincent Mosco dalam teori komodifikasi.

Teori komodifikasi didasari oleh besarnya pengaruh media massa terhadap perubahan sosial. Kekuatan yang dimiliki media massa dianggap tidak hanya terbatas kepada terjadinya dinamika sosial, politik dan budaya lokal maupun global tetapi juga dianggap mampu berperan secara signifikan dalam meningkatkan surplus secara ekonomi. Anggapan ini berangkat dari asumsi bahwa media massa berperan sebagai penghubung antara dunia produksi dan konsumsi. Melalui pesan-pesan berupa iklan yang didistribusi melalui media sosial, akan mampu meningkatkan produk dan jasa.

Komodifikasi berhubungan dengan proses transformasi barang dan jasa beserta nilai gunanya menjadi suatu komoditas yang mempunyai nilai tukar di pasar. Aneh rasanya kalau diasosiasikan dengan media karena produk media umumnya adalah dalam bentuk informasi dan hiburan, padahal kedua jenis produk tersebut tidak dapat diukur dengan ukuran ekonomi konvensional. Meskipun demikian produk media dapat menjadi barang dagangan yang dipertukarkan dan bernilai ekonomis kendati dari aspek *tangibility*-nya berbeda dengan barang dan jasa lainnya.

Menurut Mosco ada beberapa bentuk komodifikasi, yaitu komodifikasi isi, komodifikasi khalayak dan komodifikasi pekerja. Proses komodifikasi terjadi ketika pengguna media mengubah pesan melalui teknologi yang ada menuju sistem interpretasi yang penuh makna hingga menjadi pesan yang *marketable*.

Ayat Alquran dan hadits dalam konteks komodifikasi isi ini juga bisa terjadi. Misalnya kutipan ayat Alquran yang diasosiasikan dengan pengobatan-pengobatan yang mungkin sebenarnya tidak benar. Atau penggunaan hadits-hadits untuk melegalkan atau menguatkan produk yang diluncurkan di media sosial. Begitu juga komoditi-komoditi yang bernuansa *syar'i* bertebaran dalam media sosial menjadi suatu produk yang bernilai ekonomi. Bahkan komoditi-komoditi yang

mengatasnamakan 'syar'i' tersebut sudah menjadi *life style* dan menaikkan status sosial seseorang.

Pada titik inilah dibutuhkan peran opinion leader yang tidak hanya dinilai dari aspek-aspek modal itu sendiri seperti yang dikenal dalam perspektif Barat yang menilai keberadaan new opinion leader pada pengguna yang memiliki lebih banyak penggemar, derajat keaktifan mereka lebih tinggi dan mereka sering melakukan posting asli.

Konsep pemimpin, termasuk opinion leader di dalam Islam berbeda secara substansial dari yang dikemukakan oleh Barat, seperti yang telah diuraikan sebelumnya. Karakteristik opinion leader Barat lebih menonjol kepada hal-hal yang bersifat materialistis dan hubungan sosial, sedangkan dalam konsep Islam ada nilai-nilai keimanan, moral, keyakinan, dan kebenaran di dalamnya. Karakter opinion leader dalam konsep Islam dapat dilihat secara paripurna dan totalitas dalam diri Muhammad.

Muhammad adalah seorang figur pemimpin spiritual dan sosial sekaligus, yang mengembangkan kepemimpinan berdasarkan moralitas yang kuat dan menggambarkan dirinya sebagai seorang figur dengan karakter mulia, teladan dalam berbagai dimensi. Moralitas ini dicontohkan sepanjang hidupnya untuk mengajak orang mengikuti ajarannya dengan kemauan berkorban yang luar biasa karena ia dikirim untuk kesempuranaan akhlak *(innamaa bu'itstu liutammima makarimal akhlak)*. Dengan kesempurnaan akhlak tersebut Muhammad mampu membawa perubahan dan menghasilkan revolusi signifikan dalam cara hidup dan pemikiran orang Arab (Watt, 1961). Watt mengungkapkan tiga kualitas keagungan Nabi yang menyebabkan luasnya pengaruh Islam di penjuru dunia: Pertama, mampu melihat masa depan (visioner); Kedua, kebijaksanaan seorang kepala negara; Ketiga, keahlian sebagai administrator dan dalam memilih orang untuk pendelegasian pekerjaan. Fakta ini menunjukkan bahwa Muhammad adalah teladan terbaik dalam kepemimpinan etis.

Kualitas moral yang dimiliki Muhammad yang matang dan berkualitas tinggi berevolusi seiring dengan tahapan perkembangan moral yang dialaminya. Individu yang mencapai tahap perkembangan moral yang tinggi akan memilih perlakuan etis secara konsisten. Oleh karena itu, kepemimpinan Muhammad adalah kepemimpinan etis yang sempurna, yang merangkum hubungan dengan Tuhan *(hablum minallah)* dan hubungan dengan manusia *(hablum minannas)*, dapat dimanifestasikan dan dipahami sebagai kepemimpinan yang mendorong perbuatan baik dan menghindari perbuatan buruk (amar ma'ruf nahi munkar).

Setidaknya ada enam ciri pada kepemimpinan kenabian atas pribadi Muhammad (Yulistina, 2016), keenam ciri tersebut adalah 1) tokoh yang mampu menyerap rasa keadilan yang tidak memihak. Keadilan baginya adalah awal dari masyarakat sejahtera; 2) Pemimpin dengan cinta kasih, empati, dan simpati kepada

semua orang. Begitu cintanya terhadap umatnya sehingga kata-kata terakhir yang diucapkan sebelum menghembuskan nafas terakhir adalah bentuk ungkapan cinta kepada umatnya *(allahumma, ummati, ummati, ummati)*; 3) selalu berkata benar *(siddiq)*. Dalam berbicara dia dengan tegas mengedepankan asas lebih baik diam jika tidak bisa berkata yang benar dan jujur; 4) Konsisten dengan menegakkan amanah. Jika berjanji pasti ditepati *(al-amin)*; 5) Memiliki kecerdasan yang cemerlang *(fathanah)*. Setiap kata mengandung makna, kebajikan, dan menjadi bukti *(hujjah)* tentang kecerdasannya; 6) Selalu transparan *(tabligh)*. Dalam menyampaikan setiap kebenaran dan meluruskan kesalahan, dilakukan dengan cara yang bijaksana, kata-kata yang sopan dan logika yang kuat.

Pertanyaan yang sering dilontarkan dan menarik dikaji adalah kenapa Muhammad yang dipilih dan diutus untuk menumbuhkan kesadaran dan memberikan pencerahan atas semua bentuk ketidakpastian hidup? Quraish Shihab mengemukakan alasannya, "bahwa dia adalah sosok yang memiliki daya tarik." Dalam salah satu bukunya, dia menulis, "Jika Anda ingin menyampaikan pesan itu di sudut, maka Anda harus berdiri di tengah, dan di jalan yang memfasilitasi pesan itu. Hindari tempat-tempat di mana ada kekuatan yang dapat menghambat atau merasa dirugikan oleh penyebaran ide-ide Anda, kemudian pilih utusan simpatik, berwibawa, dan cakap, sehingga menjadi daya tarik utama (Shihab, 2003: 312).

Sebelum Islam datang setidaknya sudah ada dua kekuatan super power di Jazirah Arab yaitu, kekaisaran Bizantium dan kerajaan Persia. Kekaisaran Romawi Bizantium (Kristen), sementara kekaisaran Persia (Iran) dari Majus (pemuja api). Dua kekuatan supranatural ini, saling bertarung berebut pengaruh di Timur Tengah (Moenawir, 2016). Maka bisa dibayangkan apa yang terjadi ketika muncul kekuatan baru, yaitu monoteisme yang bergema selain super power Romawi dan Persia? Padahal kondisi di Mekah saat itu tidak memiliki pusat kekuatan, masing-masing suku bersaing dan berjuang untuk berebut pengaruh. Meskipun begitu Mekkah adalah tempat perlintasan perdagangan, para pedagang dan seniman datang untuk memamerkan barang dagangan atau pekerjaan mereka. Di sana bertemu kafilah dari seluruh penjuru Selatan, Uara, Timur, dan Barat. Selain itu, orang-orang Mekah juga terbiasa berdagang ke Roma dan Persia. Faktor-faktor ini kemudian menfasilitasi propagasi (dakwah) Islam.

Ditinjau dari kualitas keturunan *(nasb)*, maka kualitas keturunannya (nasab) berasal dari keturunan yang dipilih dan tidak terputus dari Nabi Ibrahim ke Bani Hashim. Alquran memperkuat argumen ini, melalui kata-kata: "dan (melihat pula) perubahan gerak badanmu di antara orang-orang yang sujud" (Q.S. asy-Syu'arā' [26]: 219), Dari kualitas keturunan *(nasb)*, para ulama sepakat bahwa keturunannya ke Adnan tidak ada perselisihan dan silsilahnya adalah sahih (benar). (Lings, 2002: 65). Namun ada perbedaan di antara para sarjana untuk silsilah dari Adnan ke Adam (Hisyam).

Menurut Ibnu Abbas, tujuan dari ayat di atas adalah untuk menjelaskan garis keturunan dari generasi ke generasi, terus menerus dari Nabi Adam, Nabi Nuh, Nabi Ibrahim, sampai Muhammad lahir. Ketinggian kualitas moral Muhammad sudah terlihat bahkan sebelum dia menjadi seorang Nabi, dibuktikan bahwa komunitas Arab telah memanggilnya dengan sebutan gelar dipercaya *(al-Amin)*. Keteguhan prinsip dalam mendukung kebenaran, kejujuran dan ketulusan dalam menjalankan tugas sehari-hari, menyebabkan masyarakat pada saat itu memberinya gelar "al-min" (Ali, 2000: 29). Gelar Al-Amin disematkan kepada Muhammad pada saat usianya 35 tahun. Ketika itu terjadi kerusakan pada ka'bah karena banjir. Kejadian tersebut mengungkap bagaimana Muhammad dengan caranya yang luar biasa mampu mengelola konflik dengan brilian.

Meskipun dalam situasi konflik ketika berlangsung pemulihan Ka'bah dan Muhammad berhasil menyelesaikan dengan brilian, namun perlu digarisbawahi bahwa Muhmmad tampak bergerak menjauh dari arena agar tidak bersentuhan langsung di area konflik. Di sisi lain, terbukti bahwa ia sebelum menjadi nabi dan tidak dibimbing oleh wahyu langsung dari Allah, telah begitu bijak dan sangat ahli dalam menyatukan orang-orang yang berselisih, dan sangat bijaksana dalam mengelola konflik (konflik manajemen). Dengan demikian, karaktertnya sebelum menjadi seorang Nabi telah terbukti hebat (Shihab, 2012: 306.: 380).

Jika kembali ke kelahiran Muhammad, maka akan ditemukan fakta bahwa Muhammad adalah manusia terbaik yang dipersiapkan oleh Allah Swt, dengan berbagai rahmat. Saat lahir, ada beberapa kejadian luar biasa dan tak terlihat, disebut sebagai *irhats*. Di antara bentuk-bentuk fenomena *irhats* terjadi ketika dia masih di dalam rahim. Seiring dengan kelahiran Nabi, tumbuhan-tumbuhan yang sebelumnya kering tiba-tiba daunnya menjadi hijau, buah-buahan masak dengan cepat disertai batang pohon melengkung ke tanah sehingga memudahkan pemilik memetiknya. Hewan-hewan milik orang Qurasy, seakan ingin bersukacita untuk kelahirannya, sementara Jin pun turut bergembira, namun di sisi lain Pendeta Kristen dihinggapi rasa takut (al-Bai□aqī, 1990: 126-130).

Muhammad adalah manusia terbaik yang telah dipersiapkan untuk menjadi Nabi dengan menganugerahkan mukjizat, peristiwa luar biasa yang terjadi dalam diri seorang Nabi, sebagai bukti kenabiannya. Orang yang meragukannya ditantang untuk membawa hal yang sama, namun mereka tidak dapat memenuhi tantangan tersebut (Shihab, 2011: 23).

Mukjizat adalah peristiwa luar biasa yang tidak rasional. Mukjizat dapat dikategorikan menjadi dua: pertama, material-indera, namun tidak kekal; kedua, impeprial-logis yang bisa dibuktikan lagi dan lagi sepanjang zaman. Semua mukjizat para Nabi terdahulu adalah jenis pertama, yang berarti mukjizat-mukjizat mereka dapat disaksikan secara langsung oleh indera masyarakat di mana Nabi

menyampaikan risalahnya. Semuanya masuk kategori material-indera, terjadi terbatas pada masa dan lokasi Nabi diutus, dan berakhir dengan kematian Nabi. Hal ini berbeda dengan mukjizat Nabi Muhammad yang pada dasarnya bukan material-sensori, tetapi *'aqliyah* (logis).

Sebagai penutup para Nabi *(khatamun nabiyyin)*, Muhammad diberikan mukjizat terbesar dan terbaik di antara nabi yang lain. Sesungguhnya, tidak ada Nabi yang diutus untuk berdakwah kepada ummat kecuali mereka diberikan mukjizat, tetapi yang diberikan kepada Muhammad dalam bentuk wahyu Alquran, adalah mukjizat terbesar. Satu lagi keajaiban terbesar yang dialami Muhammad setelah mukjizat Alquran, dan sekaligus berfungsi sebagai ujian terhadap kualitas iman umat Islam adalah peristiwa Isra' mi'raj, yaitu peristiwa dimana Nabi Muhammad diperjalankan pada malam hari ke *sidratul muntaha*. Setelah perstiwa tersebut ada yang kemudian kembali kepada kekafiran, dan sebaliknya bagi kalangan yang imannya kuat maka semakin kuat dan yakin akan kebenarannya.

Sebagaimana disebutkan di dalam Alquran, Nabi adalah manusia biasa seperti nabi-nabi yang lain, tetapi Nabi memiliki sifat *ma'shum*. Ajaran *ma'shum* dapat diartikan sebagai dijaga dari dosa-dosa sekecil apapun. Para Rasul sebagai manusia biasa tidak dapat dipisahkan dari sifat keliru, tetapi tidak menghilangkan sifatnya, karena Allah selalu mengoreksi kesalahan yang dilakukan oleh Rasul, seberapa pun kecilnya. Terkait dengan ke*ma'shum*an Muhammad, dapat ditemukan di Alquran ketika Allah memerintahkan ketaatan kepada-Nya sekaligus taat kepada Rasul-Nya. Rahman berpendapat: Selama dia hidup, otoritas ini cukup untuk satu kali, dan dari waktu ke waktu. Setelah kematiannya, otoritas tidak bisa lagi diperoleh, dan harus diubah secara formal menjadi doktrin yang tak tergoyahkan. Jadi keputusan apa pun yang diambil selama hidupnya, tidak dipersalahkan setelah kematiannya (Fazlurrahman, 2000: 92).

Setelah hijrah Nabi Muhammad tinggal di kota Madinah. Madinah adalah sebuah kota yang indah dan subur, yang terletak di Hijaz; 24-280 LU. dan 39-360 BT. Sebelum Islam datang, Madinah dikenal dengan sebutan "Yatsrib". Nama Yatsrib berasal dari nama seseorang yaitu Yatsrib bin Qa'id, seorang Arab dari keluarga Amaliyah yang memerintah daerah Bahrain, Hijaz, dan Mesir. Madinah memiliki posisi strategis seperti Mekah, banyak kafilah berasal dari Yaman dan Suriah.

Setelah hijrah ke Madinah Muhammad mampu menjadi perekat suku-suku sehingga persaudaraan antara Aus dan Khazraj menjadi sangat erat, begitu juga antara Anshar dan Muhajirin, serta mengadakan perjanjian damai dengan komunitas Yahudi. Setiap suku memiliki kedekatan dengan Muhammad. Suku Aus misalnya, pernah menawarkan tempat dan membantu Nabi di Madinah. Demikian juga Suku Khazraj mengakui bahwa Muhammad adalah calon Nabi seperti Nabi Isa, karena mereka adalah saudara Waraqah bin Naufal.

Setelah Nabi hijrah ke Yatsrib, kedatangannya dan Muslim di Madinah berhasil membuat gebrakan perubahan, dan tidak membutuhkan waktu lama, Muhammad menyusun Konstitusi Madinah. Sehingga Madinah berubah menjadi sebuah negara dengan Nabi sebagai kepala negara (Karya, 1996: 81). Disini Nabi meletakkan Muslim Mekkah dan Muslim Madinah atas dasar aqidah persaudaraan Islam *(ukhuwah Islamiyah)* sehingga terbentuk komunitas Islam *(ummah)*, sehingga Islam menjadi lebih kuat. Muhammad kemudian melakukan langkah strategis dengan membangun persatuan internal antara Muhajirin dan Anshar. Langkah ini dilakukan untuk menghindari terulangnya konflik lama di antara mereka. Cara ini juga merupakan strategi jitu untuk menutup kemungkinan munculnya ancaman yang merongrong persatuan dan kesatuan dalam tubuh Muslim. Langkah ini juga tepat untuk meredam dampak keretakan sosial yang dihasilkan oleh berbagai manuver Yahudi dan munafik yang berusaha menyalakan api permusuhan antara Aus dan Khazraj, dan antara kaum Muhajirin dan Anshar.

Muhammad juga telah berhasil menyatukan visi para pengikutnya untuk membentuk sistem politik baru dan menyatukan seluruh komunitas Madinah. Tidak berhenti sampai di situ, Muhammad juga membuat konvensi dengan orang Yahudi. Dalam konteks ini, kemampuan dan kreatifitas Nabi dalam membangun sistem yang mengantisipasi masa depan adalah nyata. Di Madinah, Nabi bersama dengan semua elemen penduduk Madinah berhasil membangun struktur agama-politik, yaitu: "Negara Madinah". Untuk mengatur roda pemerintahan, semua elemen komunitas Madinah bersama-sama menandatangani dokumen yang menguraikan ketentuan koeksistensi, yang kemudian dikenal sebagai konstitusi atau Piagam Madinah (Zubaedi, 2007: 195-196).

Dalam perspektif historis, komunitas Islam *(ummah)* yang dibangun oleh Nabi Muhammad di Madinah dimaksudkan untuk menumbuhkan solidaritas di antara para pengikut Islam, Muhajirin dan Anshar. Khusus untuk muhajirin, konsep komunitas Islam *(ummah)* merupakan sistem sosial alternatif menggantikan sistem sosial tradisional, Konsep komunitas Islam *(ummah)* lebih memiliki konotasi sosial dibandingkan konotasi politik. Istilah-istilah yang sering dipahami sebagai cita-cita sosial Islam dan memiliki konotasi politik adalah 'khilafah', 'daulah', dan 'hukumah' (Syamsuddin, 2002: 95).

Konsep 'ummah' adalah *software* dari cita-cita sosial Islam, sedangkan konsep 'Madinah' adalah *hardware*-nya. Madinah yang berarti kota, terkait dan memiliki akar yang sama dengan kata 'tamaddun', yang berarti peradaban. Perpaduan pemahaman ini membawa persepsi ideal, bahwa Madinah adalah simbol peradaban kosmopolitan. Bukan suatu kebetulan bahwa kata 'Madinah' juga merupakan *ismul makan* dari asal kata *diin*, agama. Korelasi itu menunjukkan cita-cita ideal Islam, terwujudnya masyarakat kosmopolitan yang beradab sebagai struktur fisik umat Islam (Syamsuddin, 2002: 98).

Ummah merupakan wadah yang menampung ras, kebangsaan, dan bahasa. Traktat Madinah mengatur bagaimana hubungan antara Muslim dan non-Muslim *(ahl az-dzimmah)* seharusnya terjadi. Dengan demikian, konsep jaringan relasional Islam, tidak hanya meluas ke non-Muslim saja, tetapi juga untuk semua umat manusia. Semuanya dirangkum dalam semangat monoteisme yang menempatkan semuanya pada tingkat yang sama (Kerudo, 2003: 20-21).

Nilai kepuasan dalam Islam tidak terletak kepada kepemilikan kekayaan materi atau tidak, tetapi satu-satunya hal yang dapat memberikan kepuasan dan tujuan akhir adalah kepatuhan mutlak pada bimbingan ilahi. Pada masa kepemimpinan Nabi hingga masa empat Khulafa ar-Rasyidin, *maq□ad* tersebut tercapai, efeknya adalah bahwa orang-orang yang hidup pada masa itu dalam keadaan damai dan kepuasan batin. Kepemimpinan adalah faktor kunci dalam perkembangan *ummah* secara umum. Sejarah mencatat bahwa sebagian besar orang pada masa itu tidak kaya dalam hal substansi material, tetapi mereka puas dengan apa pun yang diberikan Allah kepada mereka. Ini merupakan konsep *qona'ah* dalam Islam.

Allah menciptakan kekayaan berbeda dari satu individu dengan invidul lainnya, tujuannya adalah untuk menjaga keseimbangan dalam masyarakat dan itu merupakan nikmat khusus dan berkah dari Allah atas manusia. Alquran dengan indah menjelaskan kebijaksanaan di balik perancangan ciptaan-Nya tersebut. Alquran menyatakan hal itu dalam Q.S. al-Zukhruf, ayat 31-35.

Ketidaksetaraan kekayaan ini juga diperlukan untuk melindungi iman orang-orang yang beriman dalam Monoteisme Islam dan untuk mendorong sosialisasi melalui kerja sama dan pekerjaan. Jika Allah tidak membuat manusia saling bergantung, itu akan merugikan mereka karena mereka adalah makhluk sosial. Tingkat kekayaan yang berbeda memungkinkan interaksi yang telah disebutkan Allah dalam Alquran surat Al-Zukhruf ayat 32 "Apakah mereka yang membagi-bagi rahmat Tuhanmu? Kami telah menentukan antara mereka penghidupan mereka dalam kehidupan dunia, dan kami telah meninggikan sebagian mereka atas sebagian yang lain beberapa derajat, agar sebagian mereka dapat mempergunakan sebagian yang lain. Dan rahmat Tuhanmu lebih baik dari apa yang mereka kumpulkan".

Dalam Islam, nilai-nilai sosial didasarkan pada tiga prinsip: Prinsip pertama adalah keyakinan pada gagasan bahwa semua manusia adalah hamba Tuhan. Ketika manusia percaya bahwa orang lain, seperti dirinya, dia adalah makhluk Tuhan dan bahwa Tuhan itu bersifat Rahman dan Rahim kepadanya, sehingga dia menjadi tertarik untuk mengetahui Pencipta-Nya dan merasakan kebahagiaan ketika dia memperoleh pengetahuan ini.

Prinsip kedua adalah keyakinan bahwa semua manusia memiliki orang tua yang sama, yaitu Adam dan Hawa. Oleh karena itu, orang menjadi percaya bahwa manusia lain adalah saudara. Pemahaman ini mengarah pada kasih sayang sosial.

Dengan demikian, ia menyukai dan menghargai semua orang. Ini adalah kasih sayang alami yang ada di dalam diri semua manusia.

Prinsip ketiga adalah persaudaraan religius. Menurut ajaran Islam, ada ikatan spiritual yang kuat antara semua Muslim, yang membuat roh mereka saling berhubungan erat: "Orang-orang beriman itu sesungguhnya bersaudara. Sebab itu damaikanlah (perbaikilah hubungan) antara kedua saudaramu itu dan takutlah terhadap Allah, supaya kamu mendapat rahmat." (Alquran 49:10).

Uraian yang telah dipaparkan memberikan deskripsi secara jelas bahwa secara substantif terdapat perbedaan yang signifikan untuk menjadi opinion leader ataupun *new opinion leader* di dalam konsepsi Barat dan Islam. Dalam konsepsi Barat opinion leader tidak didasari oleh ruh dan nafas ilahiyah, tetapi hanya berlandaskan kepada nilai-nilai materialistis. Sehingga pesan-pesan yang kemudian dipahami dan diserap oleh public melalui yang diserap melalui opinion leader berpotensi tidak benar karena pengaruh kepentingan materealistis.

Berbeda dengan perpektif Islam, seorang opinion leader dituntut untuk memiliki karakter yang sejalan dengan nilai-nilai Islam yang bertumpu kepada akhlak dan keseimbangan *hablum minallah* dan *hablum minannas* sehingga pesan-pesan yang diterima dan dipahami oleh publik mampu menciptakan masyarakat yang harmonis, bermoral dan tidak mengukur kepuasan dengan hal-hal yang bersifat material. *Opinion leader* di dalam Islam tidak dituntut untuk memiliki tingkat ekonomi yang lebih tinggi dari yang lain misalnya, karena kekayaan dalam Islam diukur dari tingkat kepuasan terhadap pemberian Allah. Kepentingan yang dituju dalam konteks informasi adalah menyebarkan kebenaran isi pesan (katakanlah yang benar meskipun pahit) dan mengikis asimetris penerimaan informasi untuk tegaknya moral sesuai dengan misi kenabian Muhammad untuk kesempurnaan akhlak.

Referensi:

al-Baiḥaqī, Husain, 1990. Dalā'ilun Nubuwwah, Vol. 1 Beirūt: Dār al-Fikr, hal. 126-130.

Ali, K., 2000. Sejarah Islam: Tarikh Pramodern, Edisi Ketiga, Jakarta: Raja Grafindo Persada, hal. 29.

Alterman, Jon. 1998. New Media, New Polities'? From Satellite Television to the Internet in the Middle East. Washington, D.C: Washington Institute for Near East Policy.

Anderson, Jon W. 1997. The Internet in the Middle East: Commerce Brings the Region Online. Middle East Executive Reports 20:12, December 1997: 8, 11-16.

Baker, Susan D., Christopher J. Mathis, Susan Stites-Doe, 2016. The Role of Trust and Communication in Fostering Followers' Self Perceptions as Leaders, Journal Of Managerial Issues, Vol. XXVIII Number 3-4 Fall/Winter: 210-230.

Basit, Lutfi, 2018. Media Treatment on Religion Issues, 2018/10/24, hal 288-289, proceeding International Conference on Media and Communication Studies (ICOMACS 2018), ISBN 978-94-6252-553-5, ISSN 2352-5398, https://www.atlantis-press.com/proceedings/icomacs-18/25900653).

Carsten, M. K., M. Uhl-Bien, B. J. West,]. L. Patera, and R. McGregor. 2010. Exploring Social Constructions of Followership: A Qualitative Study. Leadership Quarterly 21(3): 543-562.

Curran, J. 1991. Rethinking the media as a public sphere, in P. Dahgren & C. Sparks (eds) Communication and citizenship. London: Routledge.

Downing, J. 1996. Internationalizing Media Theory. London: Sage. Gholam Khiabany, 2007. Is there an Islamic communication? The persistence of 'tradition' and the lure of modernityCriticalarts 21 (1) 2007. Routledge, UNISA, DOI: 10.1080/02560040701398814, ISSN 0256-004/Online 1992-6049, hal 106-124

Eriyanto, 2002. Analisis Framing, Ideologi, dan Politik Medan, Yogyakarta, LKiS, hal. 19

Fazlurrahman, Islam, 2000. terj. Ahsin Muhammad, Bandung: Pustaka, hal 92.

Fraser, N. 1995. From redistribution to recognition? Dilemmas of justice in a 'post-Socialist age, New Left Review, No. 212, July/August: 68-93.

Gonzalez-Quijano, 2003. The Birth of a Media Ecosystem: Lebanon in the Internet Age. New Media in the Muslim World: The Emerging Public Sphere. 2d ed. Eds. Dale F. Eickelman and Jon W. Anderson. Bloomington: Indiana University Press.

Karya, Soekama and et.al., 1996. Ensiklopedi Mini Sejarah Dan Kebudayaan Islam, Jakarta: Logos, hal. 81.

Kerudo, Toshiko and Kazuo Shimogaki, 2003. Kiri Islam, Antara Modernisme Dan Postmodernisme Telaah Kritis Pemikiran Hasan Hanafi, Yogyakarta: LKiS, hal. 20-21.

Khiabany, Gholam, 2007. Is there an Islamic communication? The persistence of 'tradition' and the lure of modernity, Criticalarts, 21 (1) 2007, DOI: 10.1080/02560040701398814, ISSN 0256-004/Online 1992-6049, Unisa Press, hal. 106-124.

Kouzes, J. M., and B. Z. Posner. 2002. The Leadership Challenge (3rd Ed.) San Francisco, CA: Jossey-Bass Publishers.

Lings, Martin, 2002. Muhammad: Kisah Kehidupan Nabi didasarkan pada Sumber-sumber Klasik Jakarta: Serambi Publisher, hal. 65

Manuel, Peter., 1993. Cassette Culture: Popular Music and Technology in North India. Chicago: University of Chicago Press.

Matin-Asgari, A. 2004. Islamic studies and the spirit of Max Weber: A critique of cultural essentialism, in Critique, Vol. 13(3): 293-312.

McQuail, D. 2000. Some reflections on the western bias of media theory; Asian Journal of Communication, Vol. 10(2): 1-13.

Moenawir, 2016. "Peradaban Arab Pra-Islam," http://moenawar.multiply.com/journal/item/7 - ftn2

Mowlana, H. & L. Wilson 1990. The passing of modernity: Communication and the transformation of society. New York: Longman.

Nash, K. 2001. The 'cultural turn' in social theory: Towards a theory of cultural politics, Sociology, Vol. 35(1): 77-92.

Pittman, T. S., W. E. Rosenbach, and E. FI. Potter III. 1998. "Followers as Partners: Taking the Initiative for Action." In Contemporary Issues in leadership (4th ed.). Eds. W. E. Rosenbach and R. L. Taylor. Boulder, CO: Westview Press, pp. 107-120.

Rogers M. Everett, 1983. Diffusion of Innovation. New York; The Free Press.

Rosenbach, W. E., S. T. Pittman, and E. H. Potter III. 2012. "What Makes a Follower?" In Contemporary Issues in Leadership (7th Ed.). Eds. W. E. Rosenbach, R. L. Taylor, and M. A. Youndt. Boulder, CO: Westview Press, pp. 77-87.

Schlesinger, P. & H. Mowlana .1993. Editorial, Media, Culture and Society, Vol.15(1): 5-8.

Senghaas, D. 2002. The clash within civilizations: Coming to terms with cultural conflicts. London: Routledge

Shihab, M. Quraish, 2003. Lentera Alquran: Kisah Dan Hikmah Kehidupan, Edisi Kedua Bandung: Mizan, hal. 312

_____, 2011. Mukjizat Alquran, Jakarta: Lentera Hati, hal. 23

_____, 2012. Membaca Sirah Nabi Muhammad Saw Dalam Sorotan Alquran Dan Hadiṡ-Hadiṡ Sahih. Edisi Kedua. Jakarta: Lentera Hati.

Siregar, Ashadi, 2003. Pengantar Politik Editorial Media Indonesia, Jakarta, LP3ES, 2003. hal. xx

Sparks, C., 1998. Communism, capitalism and the mass media. London: Sage.

Stankiewicz, Kevin, 2018. The True Harm, When politicians sow seeds of distrust in media, abuse often follows, Quill SPRING 2018, SPJ.ORG/QUILL.

Syamsuddin, M. Din, 2002. Etika Agama Dalam Membangun Masyarakat Madani, Jakarta: Logos, hal. 95

Warren, John T and Deanna L. Fassett, 2011. Communication; A Critical Cultural Introduction, California, Sage.

Watt W. Montgomery Watt, 1961. Muhammad: Prophet and Stateman, London: Oxford University Press.

Yulistina, Tina, 2016. Kepemimpinan Model Nabi, www.pikiran-rakyat.com.

Zubaedi, 2007. Islam Dan Benturan Antara Peradaban, Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, hal. 195-196, 388)

Biodata Penulis

Nama : **Lutfi Basit**
TTL : Lamongan, 12-06-1971
Pendidikan :
a. S1 : Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Pembangunan
b. S2 : Universitas Muhammadiyah Jakarta
c. S3 : Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
Pekerjaan : Dosen
Alamat : Jl. Eka Bakti No. 69B Medan 20144
Email: lutfibasit@umsu.ac.id

PENERAPAN POLA KOMUNIKASI ISLAM DALAM PENGEMBANGAN MODAL SOSIAL BERBASIS ALQURAN

Mauludi

Komunikasi adalah satu keperluan fitrah manusia. Setiap manusia yang normal sangat memerlukan komunikasi untuk menyampaikan hasrat, berbincang dan berhubungan antara satu sama lain. Kisah tentang komunikasi ini telah tercatat dalam al Quran semenjak zaman Nabi Adam a.s sampai kepada Nabi Muhammad s.a.w. Paling menarik, baginda merupakan seorang insan yang luar biasa komunikasinya dan karena kehebatan inilah Islam tersebar ke seluruh dunia. Umat Islam amat berbangga karena bukan saja sifat baginda yang dapat kita hayati bahkan hadis baginda terbentang di dalam mushaf- mushaf, padat dengan tips- tips dan panduan yang amat bernilai. Penulisan ini akan menyentuh tentang tips- tips, prinsip serta panduan yang disimpulkan daripada ayat-ayat al Quran al Karim serta hadis baginda Muhammad s.a.w sebagai senjata untuk melahirkan komunikator yang berkesan.

Beberapa Nilai-nilai Dasar Islam seperti Ummah Wahidah, Ukhuwah,Ta'awun, Ihsan dan kepemimpinan bisa menjadi modal sosial yang mampu menggerakkan kaum muslim untuk berjuang bersama menyelesaikan problem mereka dan memenuhi kebutuhan mereka. Istilah pengembangan modal sosial berbasis Islam (al Quran) juga bisa dipahami sebagai pengembangan masyarakat berdasarkan Islam. Yakni, upaya pengembangan masyarakat (modal sosial) yang dilakukan berdasarkan ajaran Islam. Makna kedua ini menekankan pada pentingnya penggunaan ajaran-ajaran Islam sebagai dasar bagi aktivitas-aktivitas pengembangan masyarakat (modal sosial) yang dilakukan, tanpa perlu memilah masyarakat mana yang dikembangkan. Pengertian Pengembangan Modal sosial berbasis Islam yang kedua ini mengimplikasikan adanya upaya islamisasi ilmu pengetahuan terkait

PENDAHULUAN

Belakangan ini, masyarakat Indonesia, terutama dalam hal komunikasi, sudah mulai tidak terkontrol lagi. Kemajuan teknologi dan informasi justru menyebabkan kemerosotan moral di berbagai lini kehidupan beragama, bermasyarakat dan bernegara serta berbangsa. Dalam media sosial misalnya, perkataan seseorang tidak bisa terkontrol lagi. Ironisnya, orang yang memiliki peran penting sekaligus

panutan dalam beragama justru melakukan berbagai provokasi, agitasi, dan menebar kebencian terhadap kelompok tertentu yang tidak sepaham dengan mereka. Seolah mereka merasa yang benar dan berdasarkan dalil-dalil Alquran dan hadis.

Tulisan ini berusaha menggali pola penerapan komunikasi yang diajarkan oleh Alquran dan hadis serta mengembangkan pola tersebut dengan menyadur kearifan lokal yaitu Modal Sosial (Sosial Capital). Sebab, tidak banyak manusia yang mampu memahami dan sekaligus menerapkan komunikasi dengan baik dan benar, terutama komunikasi secara lisan. Hal ini terbukti, perkataan-perkataan yang menghina dan menjatuhkan masih saja dilakukan oleh sebagian besar masyarakat kita. Bahkan, cara berkomunikasi masyarakat kita sudah jauh dari etika, sehingga perkataan yang muncul lebih banyak yang menfitnah, menghujat dan membully antar sesama.

Dalam bingkai itulah, tulisan ini hendak memberikan pengetahuan yang kemudian bisa dijadikan sebagai bahan acuan dalam kehidupan sehari-hari bagaimana etika dan cara berkomunikasi dengan baik dan benar, sesuai dengan ajaran dan nilai Islam berdasarkan Al Quran .Untuk mencapai keinginan itu perlu memantapkan dan meningkatkan sumber daya manusia khususnya masyarakat,sehingga kita mampu berkomunikasi dengan baik dan santun dengan memanfaatkan semua potensi yang ada dalam modal sosial berbasis Islam (Al Quran),serta menyongsong era globalisasi dan era informasi.

Modal Sosial (S*ocial capital)* merupakan syarat penting untuk menggerakkan sebuah organisasi, khususnya untuk pengembangan masyarakat. Untuk itu, *social capital* harus dikenali dan dikembangkan pula. *Social capital* menjadi semacam perekat yang mengikat semua orang dalam masyarakat. Di dalamnya berjalan "nilai saling berbagi" (shared values) serta pengorganisasian peran-peran (rules) yang diekspresikan dalam hubungan-hubungan personal (personal relationships), kepercayaan (trust) dan *common sense* tentang tanggung jawab bersama.

Elemen utama dalam *social capital* mencakup , *trust, norms* dan *network*. *Social capital* tercipta dari ratusan sampai ribuan interaksi *antar orang* setiap hari. Modal sosial tidak berlokasi di diri pribadi atau dalam struktur sosial, tapi pada *space between people* dan menjadi pelengkap institusi. Modal sosial merupakan fenomena yang tumbuh dari bawah, yang berasal dari orang-orang yang membentuk koneksi sosial dan *network* yang didasarkan atas prinsip kepercayaan dalam hubungan yang saling menguntungkan (mutual reciprocity). Modal sosial tidak dapat diciptakan oleh seorang individual, namun sangat bergantung kepada kapasitas masyarakat. Meskipun belum ada kesepakatan, namun ada dua pendekatan untuk mengukurnya.

Melihat kepada kejayaan yang dicapai oleh baginda Rasulullah s.a.w, sudah pasti terdapat garis panduan komunikasi dalam Islam yang perlu dipatuhi. Sebahagian besarnya dapat diambil daripada ayatayat alQuran dan hadis Nabi s.a.w. seperti penekanan terhadap sumber maklumat yang sahih, mesej yang disampaikan perlulah berbentuk amar ma'aruf nahi mungkar, bercakap menggunakan perkataan

yang baik dan mulia serta banyak lagi. Ini adalah untuk memastikan komunikasi yang dilakukan adalah berkesan dan mencapai tujuan yang diingini sebagaimana yang ditunjukkan oleh baginda di dalam sirahnya.

Komunikasi di dalam Islam manusia dilahirkan untuk berkomunikasi dan bagi seorang Muslim, komunikasi yang dilakukan seharusnya tidak sama dengan orang lain yang bukan Muslim. Ini karena segala sesuatu yang berhubung dengan proses komunikasi Islam, sama ada secara prinsip, kaedah dan media hendaklah berasaskan panduan wahyu dan sunnah Rasulullah S.A.W. Malahan, amalan komunikasi ini dikira ibadat dalam kehidupan umat Islam. Berbeda dengan komunikasi konvensional pula hanya menitik beratkan soa-soal etika dalam penyiaran dan komunikasi saja. Hukuman kepada pelanggaran etika bagi komunikasi konvensional berlaku di dunia saja, sedangkan hukuman bagi pelanggaran terhadap etika komunikasi dalam Islam berlaku hingga akhirat selagi ia tidak mendapat keampunan daripada Allah s.w.t

Selain daripada Nabi Muhammad s.a.w sebagai seorang komunikator yang hebat, Imam Shafi'i juga terkenal sebagai seorang yang mempunyai kemahiran seperti ini. Kekuatan yang dimiliki oleh beliau mungkin telah membantunya menjadi seorang komunikator yang hebat pada zamannya. Kekuatan dan kehebatannya membolehkan pengaruh Imam Shafi'i melalui mazhabnya telah menjadi ikutan ramai umat Islam hingga kini.

Sebagaimana yang dinyatakan sebelum ini, amalan komunikasi amat sinonim dengan Islam dan terdapat tiga (3) contoh komunikasi yang terdapat dalam Al Qur'an, yaitu:

a) Komunikasi Allah S.W.T dengan malaikat dan para rasul
b) Komunikasi para rasul dengan manusia dan
c) Komunikasi sesama manusia.

Ini menunjukkan bahawa komunikasi bagi seorang Muslim bukan sekadar antara manusia dengan manusia yang lain tetapi melibat dua pihak lagi yang lebih tinggi kedudukannya. Seseorang Muslim itu, akan dipertanggungjawabkan kepada kuasa yang lebih besar iaitu Allah s.w.t dengan bimbingan baginda Rasul. Seseorang Muslim berkomunikasi bukan sekadar untuk menyampaikan maklumat tetapi membawa tanggung jawab sebagai seorang "daie" atau pendakwah yang diwajibkan menyampaikan dan mengikut kadar upaya masingmasing. Tanggungjawab ini menjadikan tugas komunikasi adalah suatu tugas yang penting malah diperlihatkan oleh Rasulullah s.a.w yang menggesa setiap muslim menyampaikan mesej daripada baginda walaupun hanya "satu ayat".

Dalam kegiatan komunikasi Islam, komunikator haruslah berpedoman berpedoman kepada prinsip komunikasi yang digambarkan dalam Alquran dan hadits. Menurut Syukur Kholi (2007) antara prinsip komunikasi yang digariskan dalam Alquran dan hadis ialah:

1. Memulai pembicaraan dengan salam
2. Berbicara dengan lemah lembut
3. Menggunakan perkataan yang baik
4. Menyebut hal-hal yang baik tentang diri komunikan
5. Menggunakan hikmah dan nasehat yang baik
6. Berlaku adil
7. Meyesuaikan bahasa dan isi pembicaraan dengan keadaan komunikan
8. Berdiskusi dengan cara yang baik
9. Lebih dahulu mengatakan apa yang dikomunikasikan
10. Mempertimbangkan pandangan dan fikiran orang lain
11. Berdo'a kepada Allah ketika melakukan kegiatan komunikasi yang berat.

KOMUNIKASI DAN PRINSIP POLA KOMUNIKASI ISLAM

Komunikasi melibatkan hubungan antara manusia dengan manusia telah lama terwujud sejak zaman Nabi Adam a.s. Penyebaran agama Islam melalui dakwah yang dilakukan oleh Nabi Muhammad s.a.w dilakukan melalui komunikasi antara manusia dengan manusia dan pastinya baginda seorang komunikator yang hebat. Menelusuri sirah, kita akan dapati bahawa kepandaian berpidato (al-khitabah) dan surat-menyurat (al-risalah) telah menjadi sumber komunikasi semenjak kedatangan Islam. Kedua-dua kaedah tersebut merupakan bentuk komunikasi pemujukan yang digunakan oleh Rasulullah dan para cendekiawan Muslim lain selepas baginda yang bertujuan untuk mengembangkan dan menyebarkan agama Islam yang disampaikan dalam berbagai-bagai perhimpunan dan melalui surat yang ditulis kepada raja dan ketua Arab yang berlainan. Melalui kebijaksanaan berpidato Nabi Muhammad SAW telah mengajarkan agama Islam kepada orang Arab.

Ada hal penting yang lebih dulu dijelaskan terkait dengan tema bahasan di atas. *Pertama,* Alquran tidak memberikan uraian secara spesifik tentang komunikasi. Kata 'komunikasi' berasal dari bahasa Latin, communicatio, dan bersumber dari kata cummunis yang berarti sama, maksudnya sama makna. Artinya, suatu komunikasi dikatakan komunikatif jika antara masing-masing pihak mengerti bahasa yang digunakan, dan paham terhadap apa yang dipercakapkan Dalam proses komunikasi, paling tidak, terdapat tiga unsur, yaitu komunikator, media dan komunikan. Para pakar komunikasi juga menjelaskan bahwa komunikasi tidak hanya bersifat informatif, yakni agar orang lain mengerti dan paham, tetapi juga persuasif, yaitu agar orang lain mau menerima ajaran atau informasi yang disampaikan, melakukan kegiatan atau perbuatan, dan lain-lain. Bahkan menurut Hovland, seperti yang dikutip oleh Onong, bahwa berkomunikasi bukan hanya terkait dengan penyampaian informasi, akan tetapi juga bertujuan pembentukan pendapat umum (public opinion) dan sikap publik (*public attitude*).

Kedua, meskipun Alquran secara spesifik tidak membicarakan masalah komunikasi, namun, jika diteliti ada banyak ayat yang memberikan gambaran umum prinsip-prinsip komunikasi. Dalam hal ini, penulis akan merujuk kepada term-term khusus yang diasumsikan sebagai penjelasan dari prinsip-prinsip komunikasi tersebut. Antara lain, term qaulan baligha, qaulan maisura, qaulan karimn, qaulan ma'rufa, qaulan layyina, qaulan sadida, juga termasuk qaul al-zur, dan lain-lain. Istilah atau "konteks" komunikasi dalam Alquran antara lain ditemukan dalam lafazh "Qaulan" (perkataan). Ada 6 istilah Qaulan yang menjadi panduan Islami dalam berkomunikasi Keenamnya mendukung ayat yang menjadi prinsip dasar komunikasi dalam Islam: "*Dan berkatalah kamu kepada semua manusia dengan cara yang baik (husna)*" (QS. Al-Baqarah:83).

1. Qaulan Sadida (Perkataan yang Benar)

Di dalam Alquran term *qaulan sadida* disebutkan dua kali. pertama dalam surah An-Nisa ayat 9 adalah :

"***Dan hendaklah takut (kepada Allah) orang-orang yang sekiranya mereka meninggalkan keturunan yang lemah di belakang mereka yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan)nya. Oleh sebab itu, hendaklah mereka bertakwa kepada Allah, dan hendaklah mereka berbicara dengan tutur kata yang benar.***"

Kedua, dalam surah Al-Ahzab ayat 70 :

"***Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar.***"

2. Qaulan Baligha (Berdampak, Efektif)

Di dalam Alquran, term Qaulan Baligha disebut hanya sekali dalam surah An-Nisa: 63.

"***Mereka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang di dalam hati mereka. karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka pelajaran, dan katakanlah kepada mereka Qaulan Baligha –perkataan yang berbekas pada jiwa mereka.***"

3. Qaulan Ma'rufa (Kata-Kata yang Baik)

Di dalam Alquran term ini disebut empat kali, pertama dalam surah Al-Baqarah ayat 235.

"***Dan tidak ada dosa bagimu meminang perempuan-perempuan itu dengan sindiran atau kamu sembunyikan (keinginanmu) dalam hati. Allah mengetahui bahwa kamu akan menyebut-nyebut kepada mereka. Tetapi janganlah kamu membuat perjanjian (untuk menikah) dengan mereka secara rahasia, kecuali sekedar mengucapkan kata-kata yang baik…***"

Kedua, dalam surah An-Nisa ayat 5 :

"***Dan janganlah kamu serahkan kepada orang yang belum sempurna akalnya,***

harta (mereka yang ada dalam kekuasaan) kamu yang dijadikan Allah sebagai pokok kehidupan. Berilah mereka belanja dan pakaian (dari hasil harta itu) dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang baik. "

Ketiga, dalam surah An-Nisa ayat 8 :

"Dan apabila waktu pembagian itu hadir beberapa kerabat, anak-anak yatim dan orang-orang miskin, maka berilah mereka dari harta itu (sekadarnya) dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang baik."

Keempat, dalam surah al-Ahzab ayat 32

"Wahai istri-istri Nabi! Kamu tidak seperti perempuan-perempuan yang lain, jika kamu bertakwa. Maka janganlah kamu tunduk (melemahlembutkan suara), dalam berbicara sehingga bangkit nafsu orang yang ada penyakit dalam hatinya, dan ucapkanlah perkataan yang baik".

Menurut A. Husnul Hakim IMZI (2008), kata ma'ruf di dalam Alquran terdapat sebanyak 38 kali, yang bisa diperinci sebagai berikut :

a. Terkait dengan masalah tebusan dalam masalah pembunuhan, setelah mendapatkan pemaafan terkait dengan wasiat.
b. Terkait dengan persoalan thalaq, nafkah, mahar, 'iddah, pergaulan suami isteri.
c. Terkait dengan dakwah.
d. Terkait dengan pengelolaan harta anak yatim.
e. Terkait dengan pembicaraan atau ucapan.
f. Terkait dengan ketaatan kepada Allah dan Rasul-Nya.

Menurut al-Ishfahani, term ma'ruf menyangkut segala bentuk perbuatan yang dinilai baik oleh akal dan syara. Dalam beberapa konteks al-Razi juga menjelaskan bahwa qaulan ma'rufan adalah perkataan yang baik, menancap ke dalam jiwa, sehingga yang diajak bicara tidak merasa dianggap bodoh. Perkataan yang mengandung penyesalan ketika tidak bisa memberi atau membantu. Perkataan yang tidak menyakitkan dan yang sudah dikenal sebagai perkataan yang baik.

Term ma'rufa menyangkut segala bentuk perbuatan yang dinilai baik oleh akal dan syara' Dari sinilah kemudian muncul pengertian bahwa ma'ruf adalah kebaikan yang bersifat lokal. Sebab, jika akal dijadikan sebagai dasar pertimbangan dari setiap kebaikan yang muncul, maka tidak akan sama dari masing-masing daerah dan lokasi. Misalnya dalam kasus pembagian warisan, dimana saat itu juga hadir beberapa kerabat yang ternyata tidak memperoleh bagian warisan, juga orang-orang miskin dan anak-anak yatim, oleh Alquran diperintahkan agar berkata kepada mereka dengan perkataan yang ma'ruf.

Hal ini sangatlah tepat, karena perkataan baik tidak bias diformulasikan secara pasti, karena hanya akan membatasi dari apa yang dikehandaki oleh Alquran. Di samping itu, juga akan terkait dengan budaya dan adat istiadat yang berlaku

di masing-masing daerah. Boleh jadi, suatu perkataan dianggap ma'ruf oleh suatu daerah, ternyata tidak ma'ruf bagi daerah lain. Begitu juga, dalam kasus-kasus lain sebagaimana yang diungkapkan oleh Alquran, seperti meminang wanita yang sudah habis masa 'iddahnya, menasehati istri, memberi pengertian kepada anak yatim menyangktu pengelolaan hartanya. Sementara menurut Ibn 'Asyur, qaul ma'ruf adalah perkataan baik yang melegakan dan menyenangkan lawan bicaranya.

4. *Qaulan Karima* (Ucapan yang Mulia)

"*Dan Tuhanmu telah memerintahkan supaya kamu jangan menyembah selain Dia dan hendaklah kamu berbuat baik pada kedua orangtuamu dengan sebaik-baiknya. Jika salah serang di antara keduanya atau kedua duanya samapi berumur lanjut dalam memeliharamu, sekali kali janganah kamu mengatakan kepada keduanya perkataan 'ah' dan kamu janganlah membentak mereka dan ucapkanlah kepada mereka Qaulan Karima – Ucapan yang Mulia*" (QS. Al-Isra : 23)

5. Qulan Layina (Lemah-Lembut)

***"Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan Qaulan Layina – Kata-kata yang lemah lembut…* (QS. Thaha : 44)**

Ayat ini memaparkan kisah nabi Musa dan Harun ketika diperintahkan untuk menghadapi Fir'aun, yaitu agar keduanya berkata kepada Fir'aun dengan perkataan yang layyin. Asal makna layyin adalah lembut atau gemulai, yang pada mulanya digunakan untuk menunjuk gerakan tubuh. Kemudian kata ini dipinjam (isti'arah) untuk menunjukkan perkataan yang lembut, Sementara yang dimaksud dengan qaul layyin adalah perkataan yang mengandung anjuran, ajakan, pemberian contoh, di mana si pembicara berusaha meyakinkan pihak lain bahwa apa yang disampaikan adalah benar dan rasional, dengan tidak bermaksud merendahkan pendapat atau pandangan orang yang diajak bicara tersebut. Dengan demikian, qaul layyin adalah salah satu metode dakwah, karena tujuan utama dakwah adalah mengajak orang lain kepada kebenaran, bukan untuk memaksa dan unjuk kekuatan.

Ada hal yang menarik untuk dikritisi, misalnya, kenapa Musa harus berkata lembut padahal Fir'aun adalah tokoh yang sangat jahat. Menurut al-Razi, ad dua alasan, pertama, sebab Musa pernah dididik dan ditanggung kehidupannya semasa bayi sampai dewasa. Hal ini, merupakan pendidikan bagi setiap orang, yakni bagaimana seharusnya bersikap kepada orang yang telah berjasa besar dalam hidupnya; kedua, biasanya seorang penguasa yang zalim itu cenderung bersikap lebih kasar dan kejam jika diperlakukan secara kasar dan dirasa tidak menghormatinya.

Menurut *Tafsir Al-Qurtubi,* ayat ini merekomendasikan untuk memberi peringatan dan melarang sesuatu yang munkar dengan cara simpatik melalui ungkapan atau kata-kata yang baik dan hendaknya hal itu dilakukan dengan menggunakan perkataan yang lemah lembut, lebih-lebih jika halo itu dilakukan terhadap penguasa atau orang-orang yang berpangkat.

6. Qaulan Maysura (Mudah Dipahami)

Perkataan ini hanya ditemukan sekali saja dalam surah Al-Isra ayat 28.

"Dan jika engkau berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu yang engkau harapkan, maka katakanlah kepada mereka ucapan yang lemah lembut."

Qaulan Maysura bermakna ucapan yang mudah, yakni mudah dicerna, mudah dimengerti dan dipahami oleh komunikan. Makna lainnya adalah kata-kata yang menyenangkan atau berisi hal-hal yang menggembirakan. Menurut *Tafsir Ibnu Katsir, Qaulan Maysura* adalah ucapan-ucapan yang pantas, halus, dan lembut. Menurut *Tafsir Al-azhar*, ia adalah kata yang menyenangkan. Karena kadang-kadang kata-kata yang halus dan berbudi lagi membuat orang senang dan lega, lebih berharaga dari pada uang berbilang.

Pengembangan Modal Sosial Berbasis Islam (Al Quran)

Konsep modal sosial (*sosial capital*) diperkenalkan Robert putnam (1993) sewaktu meneliti Italia pada 1985. Masyarakat, terutama di Italia Utara, memiliki kesadaran politik yang sangat tinggi karena tiap individu punya minat besar untuk terlibat dalam masalah publik. Hubungan antar masyarakat lebih bersifat horizontal karena semua masyarakat mempunyai hak dan kewajiban yang sama. Sementara itu, Putnam prrihatin atas kecendrungan runtuhnya jalinan sosial masyarakat Amerika. Adanya televisi memberikan kontribusi bagi terciptanya "*couh potato syndrome*". Kebiasaan orang Amerika "nongkrong" di depan layar televisi berjam-jam sebagai cerminan hidup yang sangat individualistik.

Menurut Putnam (1993), modal sosial adalah kemampuan warga negara untuk mengatasi masalah publik dalam iklim demokratis. Schaf dan Brown (2002) mengatakan bahwa modal sosial adalah norma dan jaringan yang melancarkan interaksi sosial sehingga segala dan transaksi sosial sehingga segala urusan bersama masyarakat dapat diselenggarakan dengan mudah. Pengertian modal sosial, dalam kajian ilmu-ilmu sosial kontemporer, terkait dengan prilaku kooperatif yang terorganisasikan secara horizontal, meski sering kali tidak formal, yang bisa mendorong pada adanya keteraturan dan peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat. Disamping itu, dalam modal sosial ini terkandung pula hubungan saling mempercayai di antara warga masyarakat dengan negara, bukan hubungan-hubungan dominasi dan otoritarianisme.

Dalam rumusan Robert D. Putnam (1993), modal sosial menunjuk pada ciri-cirri organisasi sosial yang berbentuk jaringan-jaringan horizontal yang di dalamnya berisi norma-norma yang memfasilitasi koordinasi, kerja sama, dan saling mengendalikan yang manfaatnya bisa dirasakan bersama anggota organisasi. dalam konteks ekonomi, jaringan horizontal yang terkoordinasi dan koopreratif itu akan menyumbangkan pada kemakmuran dan pada gilirannya diperkuat oleh kemakmuran tersebut.

Penggunaan modal sosial ini meningkatkan efisiensi dalam pengelolaan suatu kegiatan pembangunan secara umum. Kepercayaan (trust) muncul masyarakat sebagai dasar dari kehidupan untuk mencapai pengharapan umum dan kejujuran. Dengan kepercayaan, orang tidak akan mudah curiga yang sering menghambat dari kesuksesan suatu tujuan. Disamping itu, jaringan (networks)memiliki dampak yang sangat positif dalam usaha meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan mewujudkan tujuan bersama .

Modal sosial dalam bentuk asosiasi-asosiasi horisontal ini umpamanya berperan penting dalam mendukung kemajuan ekonomi pada komunitas Cina perantauan (*overseas Chinese*) melalui apa yang disebut dengan *network capitalism.* Organisasi informal Cina perantauan di Asia Tenggara, misalnya di Singapura dan Malaysia, mendorong pada kemampuan kompetitif mereka dalam kegiataan bisnis. Keunggulan bersaing tersebut bukan hanya mereka memiliki bakat kewiraswastaan, tapi juga berasal dari perkumpulan dan lembaga dagangnya. Penderian perkumpulan satu dialek bahasa bisa saling membantu dan mempercayai satu sama lain dalam transaksi ekonomi modern tanpa harus melalui lembaga ekonomi formal yang birokratis.

James S. Coleman (1990) melihat modal sosial dari sisi fungsinya. Dia menunjukkan bahwa struktur sosial dalam bentuk jaringan yang sifatnya lebih ketat dan relatif tertutup cendrung lebih efektif daripada yang terbuka. Jaringan komunitas yang dikembangkan kelompok-kelompok perantau di berbagai daerah lazimnya dibuat eksklusif, yang keanggotaannya didasari relasi kekerabatan dan kesamaan daerah, bahasa, etnis, dan agama, dan mungkin karena tertutupnya itulah mereka bisa *survive* dan bisa menguasai jaringan perdagangan komoditas dan ketrampilan tertentu di daerah peraturan.

Pierre Bourdieu (1997) mendefinisikan modal sosial sebagai "sumber daya aktual dan potensi yang dimiliki oleh seseorang berasal dari jaringan sosial yang terlembagakan dan terus menerus dalam bentuk pengakuan dan perkenalan timbal balik (atau dengan kata lain: keanggotaan dalam kelompok sosial) yang memberikan kepada anggotanya berbagai bentuk dukungan kolektif.Dalam pengertian ini modal sosial menekankan pentingnya transformasi dari hubungan sosial yang sesaat dan rapuh, seperti pertemanan, pertetanggaan, atau kekeluargaan menjadi hal yang yang bersifat jangka panjang yang diwarnai oleh perasaan kewajiban terhadap orang lain.

Kiranya cukup penting untuk mengetengahkan konsep modal sosial yang diajukan Francis Fakuyama (1999), yang tulisan-tulisanya dianggap kontrovensiaal, tetapi populer, yang menekankan bahwa, modal sosial memiliki kontribusi cukup besar atas terbentuk dan berkembangnya ketertiban dan dinamika ekonomi. Dalam konsepsi Fakuyama, modal sosial adalah serangkaian nilai dan informal yang dimiliki bersama di antara para anggota suatu kelompok yang memungkinkan terjalinnya kerja sama di antara mereka.

Dari pandangan diatas memberi pemahaman bahwa modal sosial ini berupa elemen pokok yang mencakup, antara lain:

- **Saling Percaya (*Trust*)**

Sikap saling percaya (trust) sebagai salah saatu elemen dari modal sosial adalah merupakan sikap salah satu dasar bagi lahirnya sikap saling percaya yang terbangun antar beberapa golongan komunitas dan merupakan dasar bagi munculnya keinginan untuk membentuk jaringan sosial (*networks*) yang akhirnya dimapankan dalam wujud pranata (*intitution*) saling percaya meliputi adanya kejujuran (*honeysty*) kewajaran (*fainerss*), sikap egaliter (*egali-tarianism*), toleransi (*tolerance*) dan kemurahan hati (*generosity*). Sikap saling percaya itu terbangun karena adanya dua unsur yang saling terkait yaitu norma-norma resiproritas (*norms of reciprocity*) dan jaringan keterlibatan keluarga (*networks of civic engagement*).

Francois (2003) memandang trust sebagai konponen ekonomi yang relavan melekat pada kultur yang ada pada masyarakat yang akan membentuk rekayasa modal sosial.

Qionhong Fu (2004) merujuk ke beberapa pendapat para sosiolog, membagi tiga tindakan trust yaitu :

1. Tindakan individual, merupakaan kekayaan individu
2. Hubungan sosial, merupakan atribut kolektif untuk mencapai tujuan kelompok
3. Sistem sosial, merupakan nilai publik yang perkembangannya difalitasi oleh sistem sosial yang ada.

- **Jaringan Sosial (*networks*)**

Elemen ini meliputi dengan pertukaran timbal balik, solidaritas, dan kerjasama. Infrastruktur dinamis dan modal sosial berwujud jaringan-jaringan kerjasama antar guru. Jaringan tersebut memfasilitasi terjadinya komunikasi dan interaksi, memungkinkan tumbuhnya kepercayaan dan memperkuat kerjasama. berusaha untuk memperbaiki kualitasnya cenderung cenderung mempunyai jaringan kokoh. Mereka kemudian membangun inter-ralasi yang kental, baik bersifat formal maupun informal. Putman berargumen bahwa jaringan-jaringan sosial yang erat akan memperkuat perasaan kerjasama para anggotanya serta manfaat-manfaat dan partisipasinya anggota itu.

Aspek vital dari modal sosial adalah keterkaitan (*Connetctedness*), jaringan (*networks*) dan kelompok (*groups*). keterkaitan terwujud di dalam beberapa tipe kelompok pada tingkat lokal maupun di tingkat yang lebih tinggi. adanya jaringan hubungan antar individu, norma-norma dan kepercayaan, sebagai bagian dari modal sosial memberikan manfaaat dalam konteks terbentuknya kerjasama kolektif dalam menghadapi dan memecahkan persoalan bersaama komunitas masyarakat kecil secara kolektif yang akan memperkuat posisi tawar mereka terhadap ketentuan-

ketentuan struktural, seperti pada pasar dan nelayan pemilik yang senantiasaa berupaya mengeksploitasikan mereka melalui penentuan harga secara sepihak dan system bagi hasil yang tidak setara dan adil.

Salah satu unsur dalam jaringan sosial adalah kerjasama. Kerjasama adalah suatu usah bersama antara orang perorangan atau kelompok manusia untuk mencapai satu atau beberapa tujuan bersama. Kerjasama timbul karena individu memiliki orientasi terhadap kelompoknya atau terhadap kelompok lain.

- **Pranata Sosial *(institutions)***

Pranata sosial merupakan salah satu elemen penting dari modal sosial selain dari kepercayaan dan jaringan sosial.Pranata (*institutions)*,yang meliputi nilai-nilai yang di miliki bersama (*Shared Value*),norma-norma dan sanksi-sanksi (*norms and sanctions*),dan aturan-aturan (*rules),* (Soekanto,1997 : 7)

Pranata atau lembaga atau sistem-sistem yang menjadi wahana yang memungkinkan warga masyarakat itu untuk berinteraksi menurut pola-pola resmi. Pranata muncul disebabkan adanya keperluan dan kebutuhan manusia yang tidak dapat dipenuhi sendiri, dan lembaga ini muncul dengan norma-norma masing-masing. Didalam pranata, masyarakat dapat berinteraksi satu sama lain tetapi sudah di ikat oleh aturan-aturan yang telah disepakati bersama. Jika tidak ada aturan-aturan dan pola-pola yang resmi maka belum di sebut sebagai pranata sosial, karena hal itu masih merupakan interaksi sosial biasa.

Pranata sosial ini sangat bermacam-macam ragam bentuknya, mulai dari yang tradisional (masyarakat adat) sampai pada pranata yang modern (partai politik, koperasi, perusahaan dan perguruan tinggi). Menurut Koentjaraningrat (1990) ada delapan tipe dari pranata sosial, yaitu :

1. Pranata yang berfungsi memenuhi keperluan manusia untuk mata pencaharian hidupnya
2. Pranata yang berfungsi untuk memenuhi keperluan kehidupan kekerabatan, yang sering di sebut *Domestic institution.*
3. Pranata yang berfungsi memenuhi keperluan pendidikan.
4. Pranata yang berfungsi memenuhi keperluan ilmiah manusia atau sering disebut *scientific institution*.
5. Pranata yang berfungsi memenuhi keperluan untuk menghayatkan rasa keindahan.
6. Pranata yang berfungsi memenuhi keperluan fisik dan kenyamanan hidup manusia.
7. Pranata yang berfungsi memenuhi keperluan manusia untuk berbakti kepada Tuhan.
8. Pranata yang berfungsi memenuhi keperluan manusia untuk mengatur keseimbangan kekuasaan dalam masyarakat.

Di dalam suatu pranata supaya dapat tercipta kerjasama, maka harus ada norma norma yang mengatur. Norma-norma yang ada pada sebuah pranata dapat terbentuk secara sengaja maupun tidak sengaja. Norma-norma yang ada pada masyarakat mempunyai kekuatan mengikat yang berbeda-beda, ada yang lemah dan ada yang kuat ikatannya. Konsep modal sosial dalam buku Rahmat Rais. instream ilmu sosial sebagai alat yang sistematis untuk menjelaskan bagaimana pertama kali diusung dilakukan oleh James Coleman (1988). Kemudian konsep tersebut semakin dipopulerkan oleh Putman (1993, 1995, 1999),

Ada dua hal penting yang hams diperhatikan dalam Islam yaitu kemaslahatan umat manusia dan keutuhan sosial. Karena kedua hal ini akan mampu memberikan dasar pemikiran yang strartegis bagi dinamika kehidupan manusia. Karena Allah sudah mendelegir kekhalifahan itu ke pundak manusia dengan konsep *khalifahfil ardl.* Oleh sebab itu seluruh aspek kehidupan manusia baik tentang keselamatan, kesejahteraannya menjadi tanggung jawab bersama. la tidak bersifat individual. Oleh sebab itu dalam fiqh Islam dikenal Fardlu 'Ain dan fardlu kifayah. Fardlu Ain lebih berorientasi kepada individualitas, tetapi fardlu kifayah mengarah kepada sosial, solidaritas, kebersamaan. Artinya harus ada yang menjadi penanggungjawanb atas proses kehidupan bersama. Siapa memerankan apa dalam satu komunitas tertentu.

Konsep ini tidak sama dengan konsep sama rasa sama rata yang pernah dikumandangkan pada tahun 1965-an. Karena meski ada konsep siapa memerankan apa tidak berarti orang boleh mempergunakan miliki orang lain tanpa izin pemiliknya. Oleh sebab itu sebagai media bagi keberlangsungan proses ini Islam menawarkan konsep persaudaraan *(ukhuzvivah),* persatuan *(muwahhidah),* kesamaan *(Tasamuh).* Allah menjelaskan kesatuan umat dengan bahasa, *inna Mdzihi ummatukum ummatan wahidatan waana rabbukum fa'budun.* Dengan prinsip kesatuan umat, maka pendidikan Islam harus dijalankan dengan sistem kerja. Pada dasarnya umat di dunia adalah umat yang satu baik dalam aqidah maupun kejadiannya.

Konsep persaudaraan antar muslim tersebut merupakan nilai yang mampu menciptakan rasa saling percaya antara satu muslim dengan lainnya. Sesama saudara tidak saling mengkhianati. Konsep ini membuat muslim merasa memiliki ikatan dengan sesama muslim lain. la juga mempu menumbuhkan rasa percaya dari seorang muslim terhadap muslim lainnya. Dalam dataran ini, Nabi Muhammad bukan hanya menteorikannya dalam hadits-hadits belaiu tetapi langsung memberikan contoh konkrit dalam mempersaudarakan antara Muhajirin dan Anshar. Sebagai pendatang yang tidak banyak membawa bekal dalam berhijrah, Muhajirin memiliki problem finansial. Oleh sebab itu Nabi mempersaudarakan mereka dengan Anshar dengan sistem *Mutikhkhah.* Bahkan dalam Piagam Madinah nabi juga memasukkan Yahudi Madinah sebagai bagian komunitas negara Madinah.

Islam memiliki landasan kuat untuk membangun masyarakat yang *committed* terhadap modal sosial. Menurut Mintarti (2003), Islam memiliki komitmen

terhadap kontrak sosial dan norma yang telah disepakati bersama; dan bangunan masyarakat Muslim ciri dasarnya adalah *ta'awun* (tolong menolong), *takaful* (saling menanggung), dan *tadhomun* (memiliki solidaritas). Postulat *naqliyah* ajaran Islam yang koheren dengan modal sosial terdokumentasikan dengan baik 15 abad silam Kala itu, masyarakat Madinah dididik membangun dan menjunjung masyarakat ideal yang kerap disebutmasyarakat madani atau *civil society*; masyarakat yang menjunjung tinggi nilai-nilai peradaban. Masyarakat yang memiliki tatanan sosial yang baik, berazas pada prinsip moral yang menjamin keseimbangan antara hak dan kewajiban individu dengan hak dan kewajiban sosial. Implementasinya antara lain dengan terbentuknya *good governance* yang tunduk pada sistem dan perundang-undangan yang akuntabel dan transparan.

Dalam Islam dikenal doktrin *fitrah* yang sejalan dengan makna *trust*. Setiap bayi yang terlahir adalah laksana kertas putih bersih. Islam tidak mengenal dosa turunan. Manusia pada dasarnya adalah baik. Maka, dalam konteks relasi sosial, Islam menganjuran untuk berprasangka baik (*husn al-dzan*) dan melarang *ghibah* dan fitnah. Ajaran filosofis tersebut dipraktikkan dalam kehidupan sehari-hari Nabi Muhammad SAW, khususnya dalam berdagang sehingga beliau dikenal dengan sebutan *al-Amin* (orang yang terpercaya).

Bila dicermati, banyak sekali ayat Alquran yang membahas ibadah *mahdhah* seperti shalat berjamaah, zakat, qurban, puasa, haji, maupun *muamallah* seperti silaturahim, anjuran mengucapkan salam, menengok orang sakit dan seterusnya yang pada hakikatnya menjunjung tinggi dan sekaligus merupakan instrumen modal sosial. Tidak sedikit hadits nabi yang menekankan pentingnya modal sosial, baik diantara sesama Muslim maupun sesama manusia (Mintarti, 2003).

Anas ra. menyatakan bahwa Nabi SAW bersabda, "*Tiada sempurna iman salah seorang dari kamu sehingga ia mencintai sesama Muslim, sebagaimana ia telah mencintai dirinya sendiri.*" An-Nu'man Basyir ra. berkata: bersabda Rasulullah SAW, "*Perumpamaan orang-orang Mukmin dalam cinta mencintai, kasih mengasihi dan rahmat merahmati adalah bagaikan satu badan, apabila salah satu anggota badannya menderita sakit, maka menjalarlah penderitaan itu ke seluruh badan, hingga terasa panas dan tidak dapat tidur.*" Sikap baik seperti ini berlaku juga bagi sesama manusia. Jarir bin Abdillah ra. berkata: Rasulullah SAW bersabda, "Barangsiapa tidak kasih kepada sesama manusia, maka tidak dikasihi Allah."

Belakangan ini, banyak kalangan akademis yang terpengaruh bahkan terprovokasi oleh tesis yang menyatakan bahwa Islam tidak kompatibel dengan demokrasi dan *civil society* yang merupakan indikator penting modal sosial. Sebagai contoh, Huntington, Kedourie dan Lewis berargumen bahwa Islam memiliki korelasi negatif dengan demokrasi dan *civil society*, alasannya (Mujani, 2007):

1. Islam adalah pandangan hidup yang menyeluruh yang tidak membedakan antara agama dan politik dan pandangan ini dianut sebagian besar umat Islam;

2. Masyarakat Muslim cenderung antipati terhadap ide-ide pembebasan (liberalisme) dari Barat, karena cenderung mencurigai apa pun yang berasal dari Barat;
3. Doktrin ummah secara diametral bertentangan dengan konsep *nation-state*, salah satu prasyarat utama tumbuhnya demokrasi. Juan Linz dan Alfred Stepan menegaskan bahwa demokrasi tidak dapat diwujudkan tanpa negara-bangsa. Menurut Huntington, Kedourie dan Lewis, dengan adanya konsep *ummah*, masyarakat Muslim menjadi asing terhadap konsep negara-bangsa.
4. Dunia Islam dipandang tidak akomodatif terhadap gagasan *civil society* yang juga merupakan pilar demokrasi. Di kalangan Islam, mungkin saja ada perkumpulan kewargaan. Tetapi, karena tidak bersifat sekuler, tidak semua kelompok sosial berdiri secara independen dari otoritas agama.

Istilah Pengembangan modal sosial berbasist Islam secara sekilas bisa dipahami sebagai pengembangan terhadap masyarakat Islam. Makna ini menekankan pada eksklusivitas target atau masyarakat yang menjadi sasaran bagi aktivitas pengembangan masyarakat (modal sosial) yang dilakukan, yakni masyarakat Islam, tanpa perlu memperhatikan apakah nilainilai yang digunakan diderivasi dari ajaran-ajaran Islam ataukah tidak.

Pengembangan dalam pengertian ini menitik-beratkan usahanya pada peningkatan kesejahteraan kehidupan masyarakat Islam. Istilah Pengembangan modal sosial berbasis Islam (al Quran) juga bisa dipahami sebagai Pengembangan Masyarakat berdasarkan Islam. Yakni, upaya pengembangan masyarakat (modal sosial) yang dilakukan berdasarkan ajaran Islam. Makna kedua ini menekankan pada pentingnya penggunaan ajaran-ajaran Islam sebagai dasar bagi aktivitas-aktivitas pengembangan masyarakat (modal sosial) yang dilakukan, tanpa perlu memilah masyarakat mana yang dikembangkan. Pengertian Pengembangan Modal sosial berbasis Islam yang kedua ini mengimplikasikan adanya upaya islamisasi ilmu pengetahuan terkait, yakni ilmu pengembangan masyarakat, sebagaimana juga dilakukan terhadap ilmu-ilmu lain seperti ilmu Ekonomi yang diislamisasikan menjadi Ekonomi Islam atau Psikologi menjadi Psikologi Islam.

Di dalam tulisan ini, tidak ada upaya untuk berdiri pada salah saru dari dua makna tersebut di atas, tetapi berusaha menggabungkan kedua pengertian tersebut. Bagi penulis Pengembangan modal sosial berbasis al Quran bagi masyarakat Islam berarti aktivitas yang didasarkan pada nilai-nilai Islam yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Islam sebagai target atau sasaran bagi aktivitas tersebut. Yang berdasarkan elemen modal sosial yaitu trust (saling percaya), jaringan sosial (networks) dan pranata sosial (institutions).

Kebutuhan material manusia adalah segala kebutuhan yang memungkinkan; tetap berfungsi, sedangkan kebutuhan spiritual adalah kebutuhan untuk mendekat kepada Tuhan. Oleh karena itulah, dapat kita menyimpulkan bahwa seorang

muslim akan merasakan kesejahteraan bila dia berada pada suatu lingkungan yang memungkinkan (1) munculnya kesadaran penuh nilai-nilai spiritual Islam baik secara individu maupun dalam tataran masyarakat secara umum dan (2) terpenuhinya segala kebutuhan dasar untuk hidup. Konsep mengenai kebutuhan yang bersifat material dan spiritual yang dikemukakan diatas tidaklah jauh berbeda dengan konsep kebutuhan menurut Maslow. Menurut Maslow manusia memiliki lima kebutuhan,yaitu (1) Kebutuhan fisiologis (physiological needs) berupa udara, makan, minum dan lain sebagainya; (2) Kebutuhan akan rasa aman (needs for selfsecurity); (3) Kebutuhan akan kasih-sayang atau rasa memiliki (need for love and belongingness); (4) Kebutuhan akan rasa harga diri (need for self esteem); (5) Kebutuhan akan aktualisasi diri atau pengembangan diri (need for selfactualization).

Lima macam kebutuhan versi Maslow tersebut juga bisa dipilah ke dalam kebutuhan yang bersifat material (Kebutuhan fisiologis berupa udara, makan, minum dan lain sebagainya dan kebutuhan akan keamanan) dan spiritual (kebutuhan akan kasih-sayang atau rasa memiliki, kebutuhan akan penghormatan, kebutuhan akan aktualisasi diri atau pengembangan diri).Namun yang membedakan adalah konsep kebutuhan Maslow bersifat hierarki yang mengimplikasikan sifat prepotensi dari tiap-tiap macam kebutuhan. Artinya, pemenuhan kebutuhan yang lebih bawah merupakan prasyarat bagi timbulnya kebutuhan yang lebih atas. Dengan kata lain, teori Maslow tersebut mengimplikasikan bahwa kebutuhan spiritual akan muncul jika segala kebutuhan material manusia telah terpenuhi.

Di dalam konsep kebutuhan versi Azmi, material dan spiritual harus berjalan seiring. materi tidak bisa meninggalkan yang spiritual. Spirit juga tidak akan mampu berbuat apapun jika yang material terabaikan. Tidak ada prepotensi di dalam konsep mengenai kebutuhan, dan juga kesejahteraan, di dalam Islam pengembangan masyarakat dengan modal sosial berbasis nilai Islam. Modal Sosial secara sederhana didefinisikan sebagai norma-norma, jaringan dan rasa saling percaya yang membuat orang mampu untuk bergerak bersama secara kolektif. Modal sosial dapat dipilah berdasarkan ripe dan levelnya. Menurut tipenya, ada dua macam modal sosial, yaitu *bonding social capital* (modal sosial yang merekatkan) dan *bridging social capital* (modal sosial yang menjembatani). *Bonding social capital* adalah modal sosial yang mampu memperkuat ikatan antar anggota masyarakat yang membuat orang memiliki perhatian dan dukungan satu-sama lain. Sementara *bridging social capital* adalah modal sosial yang memungkinkan terciptanya hubungan antara berbagai kelompok sosial sehingga orang dari suatu kelompok sosial bisa memiliki akses atas sumberdaya yang dimiliki oleh kelompok sosial lainnya.

Sementara menurut levelnya, modal sosial bisa berupa kognitif dan struktural. Modal sosial kognitif adalah aspek-aspek seperti norma-norma,nilai-nilai dan perilaku, yang memungkinkan terbangunnya rasa percaya antar anggota masyarakat.

Sedangkan modal sosial struktural adalah aktivitas-aktivitas, struktur organisasi dan prinsip-prinsip demokratis yang mendukung aksi kolektif dan pengambilan keputusan.

Beberapa ajaran di dalam Islam berpotensi untuk menjadi modal sosial bagi aktivitas pengembangan masyarakat. Berikut beberapa ajaran yang dipandang mampu mendorong kaum muslim untuk bergerak bersama memberikan perhatian dan dorongan terhadap sesama muslim yang mengalami kesusahan dan juga mampu menumbuhkan rasa saling percaya (trust) diantara sesama muslim. Konsep persaudaraan antar muslim tersebut merupakan nilai yang mampu menciptakan rasa saling percaya antara satu muslim dengan lainnya. Sesama saudara tidak saling mengkhianati. Konsep ini membuat muslim merasa memiliki ikatan dengan sesama muslim lain. la juga mempu menumbuhkan rasa percaya dari seorang muslim terhadap muslim lainnya. Dalam contoh ini, Nabi Muhammad bukan hanya menteorikannya dalam hadits-hadits belaiu tetapi langsung memberikan contoh konkrit dalam mempersaudarakan antara Muhajirin dan Anshar. Sebagai pendatang yang tidak banyak membawa bekal dalam berhijrah, Muhajirin memiliki problem finansial. Oleh sebab itu Nabi mempersaudarakan mereka dengan Anshar dengan sistem Mutikhkhah. Bahkan dalam Piagam Madinah nabi juga memasukkan Yahudi Madinah sebagai bagian komunitas negara Madinah.

PENUTUP

Merujuk pada konteks masyarakat di Indonesia, tampaknya umat Islam memiliki modal sosial yang cukup tinggi. Meskipun ini tidak berarti bahwa tidak ada hal yang perlu dikembangkan. Beberapa kasus, seperti intoleransi terhadap penganut agama ”selain” Islam (misalnya kekerasan terhadap kelompok Lia Eden, Ahmadiyah) atau kekurang-kompakan di kalangan umat Islam (misalnya dalam partai politik dan penentuan Idul Fitri dan Idul Adha), menunjukkan bahwa trust di kalangan Islam masih harus terus diperkokoh. Pendidikan kewarganegaraan, penguatan multikulturalisme, dan dialog lintas agama, misalnya, kiranya masih tetap relevan digelorakan.

Pengembangan modal sosial berbasis Al Quran (Islam) merupakan aktivitas yang dilakukan oleh dan untuk masyarakat Islam atas dasar Islam. Beberapa Nilai-nilai Dasar Islam seperti Ummah Wahidah, Ukhuwah, Ta’awun, Ihsan dan kepemimpinan bisa menjadi modal sosial yangmampu menggerakkan kaum muslim untuk berjuang bersama menyelesaikan problem mereka dan memenuhi kebutuhan mereka.

DAFTAR PUSTAKA

Muis, A. 2001. *Komunikasi Islam.* Bandung: Remaja Rosdakarya.

Deddy Mulyana ,2005, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar, B*andung: Remaja Rosdakarya,

Mulyana, Deddy. 2007, Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, Cet. 11. Bandung: Remaja Rosdakarya

K Alwi, Hasan2005,. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Edisi. III, Cet. I. Jakarta: Balai Pustaka,

Kholil, Syukur.2007, *Komunikasi Islam, Bandung*: Citapustaka Media, 2007.

Mintarti, Nana (2003), Modal Sosial, Pembangunan Komunitas Madani dan Peran Amilin, http://www.masyarakatmandiri.org/ (diakses 20 Desember 2018)

Fukuyama, Francis, 1995, *Trust: The Social Virtues and The Creation of Prosperity*, New York: the Free Press

Fukuyama, Francis (1999), "Social Capital and Civil Society" makalah yang disampaikan pada the IMF Conference on Second Generation Reforms, The Institute of Public Policy, George Mason University, 1 October

Azmi, S,H., 1991, "Traditional Islamic Social Welfare: Its Meaning, Historyand Contemporary Relevance Part I", dalam The IslamicQuarterly: a Review of Islamic Culture, Volume XXXV (Number3), Third Quarter 1991. London: The Islamic Cultural Centre,p. 165-180.

Jurnal "*Nilai-nilai dasar Islam sebagai modal sosial dalam pengembangan masyarakat*" Rofik dan Asyhabuddin Hal 182-186

Husnul Hakim, IMZI, *Prinsip-Prinsip Komunikasi dalam Al-Quran: Suatu Kajian Tafsir Tematik*.http://www.ptiq.ac.id/index.php?option=com_content&task=view&id=37&Itemid

Candland, Christopher, 2000, "*Faith as Social Capital: Religion and Community Development in Southern Asia*" dalam Policy Sciences, 33, 3, 4, Belanda: Kluwer Academic Publisher, p. 355-374.

Biodata Penulis

N a m a	:	Mauludi,S.Sos,MSP
Tempat/ tgl Lahir	:	Lhokseumawe,10 Mei 1971
Pekerjaan	:	Dosen
Agama	:	Islam
Alamat	:	Jl.Antara Gg.Risyad No.02 Teumpok Teungoh Kec.Banda Sakti Kota Lhokseumawe.
Status Perkawinan	:	a. Sudah menikah b. Nama Istri Helli Novita c. Jumlah anak 2(dua) orang - Zuruh Zun Natur - Zeldy R Hexmayar
Riwayat Pendidikan	:	a. SD Negeri No.7 Lhokseumawe / Tamat 1984 b. SMP Muhammadiyah Lhokseumawe/ Tamat 1987 c. SMA Negeri Krueng Geukuh Lhokseumawe/Tamat 1990 d. Diploma 1 PTTD (Paramedis Tehnologi Transfusi Darah) Jakarta/Tamat 1995 e. S1 Fisip Universitas Malikussaleh/Tamat 2000 f. S2 Sekolah Pasca Sarjana USU Medan/Tamat 2007 g. S3 USU Medan dalam masa kuliah
Pengalaman Pekerjaan	:	a. Karyawan UTD (Unit Trasfusi Darah) Kab Aceh utara Tahun 1996 -1999 b. Sekjur IAN Fisip Unimal tahun 2002 c. Pembantu Dekan III Fisip Unimal tahun 2002-2004 d. Ka.Laboratorium IAN Fisip Unimal tahun 2009-2016
Pengalaman Organisasi	:	a. Ketua BEM Fisip Unimal 1997-1998 b. Wkl Ketua I BEM Universitas Malikussaleh 1998-1999 c. Ketua Presidium Pusat PENASMA (Persatuan Nasional Mahasiswa Administrasi Negara) Indonesia tahun 1998-1999 d. Ketua SATGANA (Satuan Tugas Penanggulangan Bencana Alam) PMI Kab.Aceh Utara tahun 2002-2003 e. Ketua Harian PMI Kab.Aceh Utara 2006-2011 f . Wakil ketua KONI Kab.Aceh Utara tahun 2006-2014 g. Wakil Ketua Kwarcab Pramuka Kab.Utara Tahun 2007-2012 h. Ketua Umum PERKEMI (Persaudaraan Beladiri Kempo Indonesia) Kab Aceh Utara Tahun 2014 – 2018 i. Wakil Ketua I Perkemi Provinsi Aceh Tahun 2014-1018

J. Pengurus LMR-RI Kota Lhokseumawe – Aceh Utara 2006-2011
k. Pembina UKM (Unit Kegiatan Mahasiswa) Pramuka dan Beladiri Kempo Unimal Tahun 2010 s/d sekarang
l. Panwaslu (Panitia Pengawas Pemilu) Kab.Aceh Utara Tahun 2009
M. Wakil Ketua MPO Pemuda Pancasila Kota Lhokseumawe Tahun 2018-2022

Penghargaan : a. Lencana Pancawarsa Pramuka dari Kwarda Prov.Aceh
b. Karya Bakti Pembinaan Olahraga dari Pemda Aceh Utara
c. Anggota Panwaslu Kab.Aceh Utara dari Bawaslu Pusat jakarta
d. Karya Satya dari Presiden RI Joko Widodo
e. Pendonor Darah 50x. dari PMI Prov.Aceh
f. Peserta Pelatihan Bela Negara dan Wawasan Kebangsaan, Dasar Kepemimpinan Mental,Fisik dan Disiplin Dalam Meningkatkan Cinta Merah Putih Demi NKRI dari RINDAM JAYA Jakarta
g. Peserta Kursus Calon Dosen Pendidikan Kewarganegaraan Tahun 2008 dari Departemen Pendidikan Nasional RI Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Jakarta

SEMIOTIKA PESAN POLIGAMI

Bahtiar

Pendahuluan

"Dan nikahkanlah orang-orang yang sendirian diantara kamu, dan orang-orang yang layak (berkawin) dari hamba-hamba sahayamu yang lelaki dan hamba-hamba sahayamu yang perempuan. Jika mereka miskin Allah akan memampukan mereka dengan karunia-Nya. Dan Allah Maha luas (pemberian-Nya) lagi Maha Mengetahui" (QS. An Nur: 32).

Berdasarkan ayat diatas ditafsirkan, bahwa menikah hukumnya wajib bagi setiap laki-laki dan perempuan yang telah mencapai baligh (cukup umur). Walaupun para ulama berbeda pandangan dalam hukum ini, ada yang menafsirkan mubah seperti mazhab imam Asy-Syafi'i, dan mustahap (sunnah) bagi jumhur ulama mazhab Maliki, Hanafi dan Hambali.

Dalam kehidupan kita saat ini tidak ada perdebatan tantang hukum menikah sebagai wajib, sunnah dan mubah dikalangan umat muslim. Secara tertib ummat yang telah mencapai usia baligh dan merasa siap segalanya untuk membangun rumah tangga dengan tujuan melangsungkan garis keturunan dan tentunya untuk meraih ridha Allah SWT, melakukan pernikahan.

Walaupun ada sebahagian kecil diantara kaum muslim yang tidak melakukan pernikahan dengan berbagai kendala dan alasan, namun hal itu tidak menimbulkan perselisihan pendapat. Semuanya saling mengerti dan memahami sebagai konsepsi ranah prinsipil seseorang.

Selain Quran Surah An Nur ayat 32 sebagai dalil melakukan pernikahan, pada surah yang lain Alquran juga membenarkan ummat melakukan pernikahan lebih dari satu atau poligami. Seperti Quran Surah Ar-Rum ayat 21 yaitu *"Dan di antara tanda-tanda kekuasaan-Nya ialah Dia menciptakan untukmu isteri-isteri dari jenismu sendiri, supaya kamu cenderung dan merasa tenteram kepadanya, dan dijadikan-Nya diantaramu rasa kasih dan sayang. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda-tanda bagi kaum yang berfikir."*

Juga Quran Surah An-Nisa ayat 3 yaitu "Dan jika kamu takut tidak akan dapat berlaku adil terhadap (hak-hak) perempuan yatim (bilama kamu mengawininya), maka kawinilah wanita-wanita (lain) yang kamu senangi, dua, tiga atau empat. Kemudian jika kamu takut tidak akan dapat berlaku adil, maka (kawinilah) seorang saja, atau budak-budak yang kamu miliki. Yang demikian itu adalah lebih dekat kepada tidak berbuat aniaya" (An-Nisa/4 : 3).

Dari kedua ayat diatas dapat dipahami bahwa konsep poligami bukanlah suatu tindakan terlarang dalam islam. Namun demikian manyoritas masyarakat muslim tidak berani melakukan poligami dengan berbagai alasan. Ataupun melakukan poligami secara diam-diam dengan cara nikah siri dan sangat sedikit yang melakukannya secara terbuka seperti yang dilakukan oleh orang-orang tertentu di negeri ini.

Sejauh ini konsep poligami masih menjadi momok bagi manyoritas laki-laki beristri, walaupun secara kenyataannya rata-rata laki-laki beristri memiliki hasrat untuk melakukan poligami rumah tangga secara terbuka. Tapi karena kendala rumah tangga seperti pertentangan dari istri, akhirnya para suami memilih diam dan mengurung hasrat poligami dalam dirinya. Kondisi ini bertahan sampai akhirnya rumah tangga berjalan tuntas hingga hari tua.

Pun demikian, sebelum keinginan poligami diwujudkan dalam sikap melanjutkan atau mengurungkannya, sebenarnya keinginan itu secara tidak langsung telah disampaikan oleh suami kepada istrinya lewat pesan-pesan secara semiotika dalam komunikasi suami istri. Sebagai contoh ketika suami menanyakan sikap berbagi sesuatu yang paling berharga kepada istrinya dengan orang lain.

Komunikasi ini disampaikan dengan suasana candaan supaya tidak menimbulkan kecurigaan istri yang akhirnya memunculkan pertentangan dan konflik. Pesan-pesan secara sindiran dan symbol ini biasanya disampaikan dalam komunikasi non formal dan membutuhkan situasi atau suasana yang mendukung dari berbagai hal, termasuk hati dan perasaan pasangan (istri).

Murtiadi, Dwi Prasetia Danarjati, Ari Ratna Ekawati (2015 : 4) secara psikologi mengatakan, mengutip dari beberapa defenisi komunikasi para tokoh menyimpulkan, bahwa komunikasi memiliki beberapa karakteristik, diantaranya : komunikasi adalah suatu proses, komunikasi adalah upaya yang disengaja dan memiliki tujuan, komunikasi menuntut adanya partisipasi dan kerjasama, komunikasi bersifat simbolis, transaksional dan menembus factor urang dan waktu.

Dalam proses komunikasi sebagai simbolis dan transaksional, Murtiadi dkk (2015 : 6) mengungkapkan bahwa pesan-pesan dengan tujuan tertentu (rahasia) disampaikan kepada komunikan lewat simbol-simbol atau kalimat sindiran yang memiliki makna bias.

Sedangkan secara semiotika, komunikasi dipahami sebagai sederetan tanda-tanda untuk menyampaikan sesuatu yang tidak sesuai dengan ucapan. Umberto Eco (Wibowo, 2013 : 9) selaku ahli semiotika mengungkapkan, bahwa tanda sebagai suatu kebohongan dan dalam tanda ada sesuatu yang tersembunyi dibaliknya dan bukan merupakan tanda itu sendiri.

Memahami dari teori psikologi komunikasi dan komunikasi semiotika tersebut, maka dapat diyakini bahwa para suami yang memiliki keinginan berpoligami telah menyampaikan pesan-pesan poligami tersebut secara simbolik dan tanda-tanda

kepada istrinya dalam komunikasi sehari-hari. Pesan-pesan tersebut dapat dilihat dari analisis semiotika dalam komunikasi suami istri itu sendiri.

Pesan-Pesan Poligami dalam Tanda

Merujuk pada semiotika komunikasi yang mempelajari tentang tanda-tanda atau simbol-simbol dalam komunikasi, dimana tanda itu didefinisikan sebagai sesuatu atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya dan dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain, (Wibowo, 2013 : 7). Maka dapat dipahami bahwa pesan-pesan poligami dalam bentuk tanda-tanda atau simbol sering tertangkap dalam komunikasi para suami dengan kelompok dan terutama dengan istri.

Beberapa pesan poligami dalam tanda (semiotika) yang disampaikan dalam komunikasi para suami dengan kelompok dan istri sebagai berikut :

1. Senang Membicarakan Tema Perempuan dalam Kelompok

Tema tentang perempuan, baik dalam konteks social maupun rumah tangga, selalu menjadi bahan diskusi yang menggairahkan bagi laki-laki dalam kelompoknya. Berbagai segmen keperempuanan, terutama feminisme akan menambah semangat diskusi untuk terus diperbincangkan dengan melibatkan pengalaman dan kemauan.

Secara psikologi komunikasi, segmen-segmen tersebut menjadi saluran menyampaikan energi dari alat indra ke otak yang akhirnya memicu komunikasi aktif dengan pesan-pesan yang dielaborasi menjadi pesan-pesan khusus dengan tujuan tertentu, Murtiadi dkk (2015 : 8).

Bila ditinjau dari analisis semiotika, maka kecenderungan membicarakan tema tentang perempuan dan gairah yang muncul dari komunikasi kelompok tersebut, dapat menjadi suatu tanda-tanda adanya keinginan untuk memiliki sosok perempuan dalam diskusi. Bagi laki-laki yang telah beristri, komunikasi itu menjadi tanda adanya keinginan untuk mendapatkan perempuan lain (poligami) dalam kehidupannya.

Wibowo menyebutkan, pada dasarnya analisis semiotika merupakan sebuah ikhtiar untuk merasakan sesuatu yang aneh, sesuatu yang perlu dipertanyakan lebih lanjut ketika kita membaca teks atau mendengarkan narasi dari sebuah diskusi tentang tema tertentu, (2013 : 8).

Dalam komunikasi kelompok dengan tema diskusi tentang perempuan yang semakin menarik dan menggairahkan, maka dapat dirasakan adanya sesuatu yang aneh dan memicu semangat diskusi para laki-laki yang telah beristri. Kondisi ini dimungkinkan karena adanya keinginan atau harapan untuk mewujudkan materi diskusi dalam kehidupan nyata.

2. Menghentikan Komunikasi dengan Istri Saat Perempuan Lain Lewat

Pesan-pesan keinginan berpoligami bagi laki-laki secara simbolik dalam komunikasi dengan istri, juga dapat dilihat dari sikap suami yang tanpa

disadari menghentikan proses komunikasi dengan istri secara tiba-tiba saat ada perempuan lain yang cantik dan menarik lewat.

Untuk beberapa saat pemikiran suami buntu, materi diskusi menjadi hambar atau hilang. Sikap ini membuktikan bahwa adanya ketertarikan suami terhadap perempuan lain dan mampu mengalihkan pemikirannya untuk sesaat. Walaupun secara nyata, ketertarikan itu belum bisa dikategorikan adanya keinginan untuk berpoligami.

Namun secara semiotika komunikasi, sikap tersebut dapat dikonversikan menjadi salah satu tanda-tanda adanya keinginan untuk memiliki perempuan lain dalam kehidupan seorang laki-laki, dalam hal ini poligami.

Sigmund Freud (Murtiadi dkk, 2015 : 12) menggambarkan bahwa sikap ketertarikan secara tiba-tiba pada perempuan lain dan akhirnya menghentikan proses komunikasi yang sedang terjadi dengan istrinya merupakan sikap Id, ego dan super ego manusia. Secara psikologi Id merupakan bahagian kepribadian manusia yang menyimpan dorongan bilogis (hawa nafsu) yaitu libido sebagai instink reproduktif yang menyediakan energi dasar kegiatan manusia, terutama dalam hal sek dan cinta.

Dalam konteks ini, sikap menghentikan proses komunikasi yang sedang berlangsung dengan istri secara tiba-tiba atas kehadiran sosok perempuan lain yang menarik, maka dapat dipahami sebagai salah satu pesan adanya keinginan berpoligami bagi seorang laki-laki. Walaupun tanda-tanda tersebut tidak diketahui atau disadari secara terbuka oleh para istri.

3. Senang Berdiskusi Tema Poligami Tetangga dengan Istri

Poligami adalah tema yang selalu menarik untuk didiskusikan oleh setiap laki-laki yang telah berumah tangga. Baik sebagai bahan kajian keilmuan dan pengetahuan secara agama dan social, maupun sebagai bahan rujukan untuk memahami hakikat dan tujuan poligami dalam rumah tangga.

Bagi laki-laki yang memiliki keinginan berpoligami, tema ini selalu menarik untuk didiskusikan. Bahkan tidak segan-segan bila ada tetangga yang melakukan poligami atau ada berita di media tentang poligami, laki-laki tersebut akan mengajak istrinya untuk membahas informasi tersebut.

Secara perlahan suami akan menggiring istrinya untuk memberikan pandangan tentang tindakan poligami yang dilakukan oleh tetangganya dalam konteks agama dan social. Bahkan secara tidak langsung suami akan menggiring istrinya untuk memahami tujuan poligami yang dilakukan oleh tetangga dan menerimanya sebagai suatu kebenaran secara agama dan social.

Setiap saat kehidupan rumah tangga keluarga poligami akan selalu menjadi tema diskusi dalam komunikasi antara suami dan istri. Berdalih sebagai rasa empati terhadap situasi rumah tangga yang dibangun dengan berbagi cinta ini,

suami akan merangkum sikap istri tentang poligami untuk sebuah kesimpulan bisa atau tidak menerima poligami.

Walaupun kadangkala perjuangan suami ini membuahkan hasil, dalam artian mendapat persetujuan dan kesepakatan istri untuk dipoligami atas dasar agama dan memenuhi segala persyaratan.

Secara semiotika komunikasi, sikap dan kecenderungan suami dalam merespon kondisi poligami tetangga dan informasi tentang poligami dalam diskusi dengan istri, merupakan pesan-pesan keinginan berpoligami yang disampaikan kepada istri lewat wacana dan sindiri (tanda).

4. Responsive Terhadap Kehadiran Perempuan Asing

Sikap spontanitas dalam merespon kehadiran perempuan asing (orang luar) dalam lingkungan keluarga atau social oleh seorang laki-laki, menjadi tanda-tanda lainnya terhadap ketertarikan pada perempuan lain. Apalagi kehadiran perempuan asing tersebut menjadi bahan komunikasi yang dibangun dengan pasangannya (istri), dengan alasan keingintahuan sebagai tamu.

Walaupun, sikap tersebut adalah kewajaran untuk mempertanyakan kehadiran orang asing sebagai tamu dalam keluarga atau lingkungan social. Namun ketika responsive yang diberikan terlalu berlebihan, akan berubah pada pemahaman adanya ketertarikan secara manusiawi. Sehingga sikap ini dapat dikonversikan sebagai tanda-tanda adanya ketertarikan pada perempuan lain yang menjurus pada keinginan berpoligami.

Apalagi sampai mempertanyakan tentang status dan keadaan perempuan asing tersebut kepada istri setiap momennya seperti waktu makan dan istirahat, atau bahkan keberadaanya ketika hilang dalam pandangan mata.

5. Reaktif Terhadap Kondisi Istri

Simbol atau tanda lainnya sebagai pesan adanya keinginan berpoligami seorang suami dalam komunikasinya kepada istri adalah sikap reaktif yang berlebihan terhadap kondisi istri. Sikap ini biasa terwujud dalam perhatian yang berlebihan dari kebiasaan, sanjungan yang berlebihan dan sedih yang mendalam dengan situasi kesulitan yang dihadapi istri.

Bagi para istri, sikap tersebut merupakan sebuah perhatian yang luar biasa dari suami. Apalagi mendapat sanjungan, pujian, rayuan atau perlakuan istimewa yang sebelumnya jarang dilakukan suami. Namun harus dipahami bahwa sikap ketiba-tibaan tersebut dan berbeda dari kebiasaan mengandung tujuan tertentu. Salah satunya bisa dikonversikan sebagai pesan keinginan berpoligami.

Secara psikologi, Murtiadi dkk, (2015 : 17) menggambarkan, bahwa seorang manusia akan melakukan berbagai upaya untuk mencapai hasratnya. Bahkan dia rela merubah dirinya menjadi sosok yang berbeda dari kebiasaan untuk sesegera mungkin mewujudkan keinginan.

Jadi sikap perubahan secara tiba-tiba seorang suami terhadap istri dengan bereaksi yang berlebihan terhadap kondisi istri lewat perhatian, kasih sayang, pujian, manjaan, rayuan adalah sebuah strategi untuk mencapai tujuan pribadi.

Dalam analisis semiotika, maka sikap tersebut dalam komunikasi menjadi pesan adanya keinginan. Karena dengan melunakkan hati istri, maka akan memunculkan sikap empati terhadap suami dan akhirnya mengabulkan keinginan suami.

Kandungan Pesan Poligami dalam Komunikasi Suami Istri

Poligami adalah hasrat terpendam yang dimiliki oleh setiap laki-laki beristri secara manyoritas. Karena selain memiliki tuntunan agama dalam menjalankan sunnah Rasulullah SAW dan perintah Alquran sebagaimana dijelaskan dalam Surah An Nur ayat 32 dan *Surah An-Nisa ayat 3. Juga menjadi kepribadian manusia yang memiliki dorongan biologis (hawa nafsu) yaitu libido yang menurut psikologi sebagai instink reproduktif manusia yang menyediakan energy dasar dalam keinginan sek dan cinta.*

Pesan-pesan keinginan berpoligami tidak bisa disampaikan secara terbuka dan terang-terangan oleh laki-laki kepada istrinya. Hal ini dikarenakan sangat sedikit perempuan sebagai istri bisa menerima keinginan tersebut. Bahkan manyoritas perempuan menjadikan tema poligami sebagai ranah yang haram untuk dibicarakan dalam rumah tangganya. Apalagi bila rumah tangganya itu berada dalam taraf menengah keatas. Karena sudah kodratnya perempuan merupakan sosok yang sulit untuk berbagi dalam berbagai hal, terutama pasangan dan harta.

Bahkan melihat kehidupan nyata saat ini, perempuan yang merupakan mahkluk lembut, ayu, manja, lemah, penyayang, memiliki rasa tega yang luar biasa untuk melawan atau membunuh perempuan lainnya yang ada dalam kehidupan laki-laki yang telah dimilikinya (suami).

Namun demikian, dengan pengetahuan yang dimiliki oleh suami dan istri baik secara keagamaan dan umum, maka banyak celah untuk menyampaikan pesan-pesan keinginan poligami yang dapat disampaikan tanpa harus merusak kerukunan rumah tangga. Berhasil tidaknya tujuan dari pesan itu, tergantung dari bagaimana pesan-pesan dalam bentuk tanda-tanda itu disampaikan oleh suami kepada istri dalam komunikasi rumah tangga.

Bettinghaus dan Cody (Inadia Aristyavani, 2017 : 5) menyebutkan, bahwa sebuah pesan akan berhasil mendapatkan respon sesuai tujuan bila disampaikan secara persuasi, yaitu sebuah upaya sadar yang dilakukan oleh seorang individu untuk mengubah sikap, keyakinan atau perilaku individu lainnya lewat pesan-pesan yang disampaikan.

Pesan-pesan keinginan poligami secara semiotika yang disampaikan oleh seorang suami saat berkomunikasi dengan istri biasanya ditunjukan dengan

candaan dan kalimat sindiran tentang poligami. Baik itu kalimat langsung keinginan berpoligami yang disampaikan sambil bercanda, ataupun meminta pendapat tentang isu poligami yang ada ditengah masyarakat.

Ada beberapa alasan untuk melakukan poligami bagi laki-laki sebagaimana dirangkum oleh https://dalamislam.com/hukum-islam/pernikahan/alasan-berpoligami-dalam-islam, yaitu, untuk menghindari zina, menciptakan keadilan, mengatasi populasi antara laki-laki dan perempuan yang tidak seimbang karena perempuan lebih banyak dari laki-laki.

Juga untuk mengimbangi tingkat libido yang tinggi, karena istri memiliki kekurangan, untuk menjaga garis keturunan, mengurangi kejahatan, mengekang hawa nafsu, menghindari perceraian, membangun keluarga besar.

Beberapa alasan tersebut menjadi pesan poligami yang disampaikan oleh seorang suami kepada istri ketika menyampaikan keinginan lebih dalam berhubungan yang selama ini tidak mampu dipenuhi oleh istri. Pesan dalam komunikasi ini adalah suami menginginkan adanya perempuan lain yang mampu memenuhi hasrat libidonya secara sah (poligami), tentu adanya pengakuan istri yang tidak mampu mengimbangi tingkat libido suami.

Pesan lainnya adalah dalam komunikasi suami terhadap istri terkait hasrat memiliki keturunan bagi keluarga yang tidak memiliki anak. Atau keinginan untuk menambah keturunan bagi istri yang tidak bisa lagi menambah keturunan dengan alasan medis. Dalam komunikasi ini suami biasanya menyampaikan bahwa dirinya rindu dengan kehadiran anak, atau ingin menambah keturunan.

Kalimat rindu dengan kehadiran anak atau ingin menambah keturunan merupakan pesan-pesan secara simbolik terhadap keinginan poligami. Adakalanya pesan tersebut dipahami oleh istri dan mendapat respon setuju atau penolakan. Namun juga pesan-pesan tersebut terabaikan begitu saja, karena sikap dasar perempuan yang sulit untuk berbagi tentang sesuatu yang berharga dalam dirinya (suami).

Dalam kondisi rumah tangga normal, seorang suami akan menyampaikan pesan keinginan berpoligaminya lewat jalan agama. Kajian agama tentang surga bagi istri yang patuh kepada suami dan memberikan izin suami poligami. Juga sebagai syiar serta jalan untuk menghindari dosa atas hasrat, menjadi pesan-pesan poligami lainnya yang disampaikan dalam komunikasi antara suami dan istri.

Basih banyak model komunikasi suami istri lainnya yang mengandung pesan-pesan poligami dalam kehidupan rumah tangga. Semua pesan-pesan berupa simbol dan tanda-tanda itu dapat dianalisis dengan semiotika komunikasi sebagai pengungkapan kebenarannya.

Penutup

Poligami adalah hasrat setiap laki-laki dewasa yang telah beristri sebagai manifestasi dari hawa nafsu (libido) yang selalu ingin diwujudkan dengan jalan yang benar dan dibawah tuntunan agama. Membutuhkan kesiapan berbagai hal untuk melakukan poligami, terutama kemampuan ekonomi (lahiriyah) dan libido (batiniyah) sebagai syarat keadilan.

Walaupun telah memenuhi dua syarat utama tersebut, namun masih butuh perjuangan berat untuk mewujudkan keinginan poligami, yaitu adanya persetujuan dari istri. Karenanya dibutuhkan kemampuan membangun komunikasi persuasi seorang suami dengan istri dalam menyampaikan hasrat tersebut.

Maka secara semiotika komunikasi, seorang suami harus mampu menyampaikan pesan-pesan poligami ini dalam komunikasi bersama istri lewat tanda-tanda bahasa. Hingga akhirnya poligami sebagai tujuan dan alasan sebagai jalan akan berjalan sesuai rencana dan terwujud hendaknya.

DAFTAR PUSTAKA

Aristyavani, Inadia, *Persuasi Komunikasi dan Kebijakan Publik,* CALPULIS, (Yogyakarta : 2017)

Al Qur'an dan Terjemahnya, Wakaf Dari Pelayan Dua Tanah Suci Raya Abdullah bin Abdul Aziz Ali Sa'ud, (Arab Saudi : 1430 H)

https://dalamislam.com/hukum-islam/pernikahan/alasan-berpoligami-dalam-islam

Murtiadi, Dwi Prasetia Danarjati, Ari Ratna Ekawati, *Psikologi Komunikasi,* psikosain (Yogyakarta : 2015)

Wibowo, Indiawan Seto Wayu, *SEMIOTIKA KOMUNIKASI-Edisi 2,* Mitra Wacana Media, (Jakarta : 2013).

Biodata Penulis

Nama : **Bahtiar**

TTL : Langsa, 21 Januari 1979

Alamat : Gampong Sungai Lueng, Kec. Langsa Timur, Kota Langsa - Aceh.

Agama : Islam

Status : Menikah

Pekerjaan : Wartawan/Dosen

Pendidikan :

1. SDN Inpres Sungai Lueng (1992)
2. SMPN.5 Langsa (1995)
3. MAN1 Langsa-Jurusan IPA (1998)
4. S1 PAI STAIN Zawiyah Cot Kala Langsa (2008)
5. S2 KOMI IAIN Medan (2012)
6. S3 KPI UIN Medan (Sekarang)

Pengalaman Organisasi

1. Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) Kota Langsa (Ketua)
2. DPD II KNPI Langsa
3. PP-KOPAZKA (Ketua Umum)
4. MD-KAHMI Kota Langsa
5. HMI Cabang Langsa

Motto : Yakin Usaha Sampai (YAKUSA)

KOMUNIKASI PEMBANGUNAN PEDESAAN BERBASIS KEMANDIRIAN LOKAL

Risna Dewi

A. Pendahuluan

Pembangunan pedesaan adalah perubahan yang terencana untuk mencapai taraf yang lebih baik, pembangunan ini dapat direalisasikan secara baik, apabila melihat kondisi dan pemanfaatan sumber daya alam secara produktif. Pembangunan pedesaan dalam memanfatkan potensi alam seharusnya dilihat bukan hanya sebagai obyek potensial yang harus dikembangkan dan juga didukung dengan kemampuan Sumber daya manusia sebagai subyek dan objek pembangunan yang sangat berpengaruh. Segala aktivitas pembangunan yang dilakukan dapat dilanjutkan dan dikembangkan sampai keseluruh desa terpencil sehingga daerah pedalaman juga yang dapat dirasakan manfaat yang berdampak positif Untuk seluruh lapisan masyarakat. Pembanguan yang demikian sebenarnya dimulai adalah dari, oleh dan untuk seluruh masyarakat. Oleh karena itu pemerintah gampong setempat dapat melibatkan masyarakat yang sudah semestinya diajak untuk menentukan rencana pembangunan dengan menggunakan dengan model komunikasi pembangunan yang partisifatif. Raih impian tentang keadaan masa depan yang lebih baik dan lebih mudah dalam arti tercapainya tingkat kesejahteraan. Model komunikasi yang partisipatif yang dikembangkan dalam Pembangunan pedesaan kawasan pesisir dilakukan dengan pendekatan secara partisipatif yang mandiri, sadar lingkungan dan berkelanjutan serta pemanfaatan laut sebagai sarana yang efektif.

Gampong (Desa) Pusong Lama secara administratif termasuk kedalam wilayah Kecamatan Banda Sakti yang merupakan salah satu dari 18 gampong yang terletak di kota Lhokseumawe, yang tidak jauh dari pusat kota. Dan dapat di jangkau dengan jalan darat dari ibu kota sekitar 15 menit berjalan kaki *Gampong* (Desa) Pusong Lama terletak di arah selatan dari kota lhoksemawe, terbagi kedalam 5 Dusun yaitu Dusun Darussalam, Dusun Pancasila, Dusun Rawa jaya, Dusun Nelayan dan Dusun Pasi dengan jumlah penduduk sekitar 4.586 jiwa yang mayoritas penduduknya berprofesi sebagai nelayan dan berdagang Kawasan desa Pusong Lama memiliki potensi di bidang perikanan, karena terletak di pinggir pantai dan mayoritas warganya nelayan yang menghasilkan ikan yang banyak. Sektor perikanan ini selain menghasilkan ikan segar untuk dijual, industri pengolahan produk turunan dari ikan juga dapat digarap sehingga saat laut sedang dalam kondisi musim

badai dengan ombak tinggi nelayan kesulitan melaut, ikan olahan dapat menjadi pengganti.

Peluang produksi turunan ikan olahan seperti kerupuk ikan , nugget ikan, empek-empek, atau bakso ikan dapat juga dikembangkan sebagai alternatif ekonomi yang potensial untuk menggerakkan industry rumah tangga (*home industry) yang* potensial di Pusong Lama. Jika potensi ini dapat dikembangkan secara seksama oleh masyarakat dengan dukungan pemerintah kota Lhokseumawe diharapkan terciptanya lapangan kerja baru yang berdampak positif terhadap peningkatan perekonomian warga Desa Pusong Lama. (Sumber: Geuchik Gampong Pusong Lama, Tahun 2018).

B. Model Komunikasi Pembangunan

Model adalah bentuk yang dibuat untuk menampilkan apa yang senyatanya. Model adalah mengikuti bentuk temuan yang akan dikaji. Model menghubungkan antara variabel-variabel atau sub-sub gejala tersebut. Model adalah menggambarkan suatu gejala-gejala yang terjadi, baik nyata maupun abstrak, yang menekankan bagian yang sangat terpenting dari kenyataan tersebut. Model komunikasi adalah alat untuk menjelaskan dan mereduksi segala yang terjadi dalam komunikasi. Model komunikasi adalah deskripsi ideal tentang apa yang dibutuhkan untuk terjadinya komunikasi. Dengan demikian secara sederhana, model komunikasi dapat diartikan sebagai gambaran tentang variabel-variabel komunikasi yang saling berkaitan.

Model Komunikasi Partisipatif dalam membangun sebuah desa (*Gampong)* untuk masyarakat nelayan digunakan pendekatan model partisipatif. Dengan melibatkan warga yang lebih aktif secara langsung untuk mendukung program dari pemerintah dalam meningkatkan hasil pendapatan warga desa seperti dimulai terlibat dalam pengelompokan kelompok nelayan.

Teknik komunikasi di desa (gampong) dilakukan oleh pemerintah yaitu :

1. Model Komunikasi Dua Tahap

Pelaku komunikasi dengan peran yang efektif yang dapat membangun komunikasi yang baik sehingga mencapai pada keinginan bersama. Peran agen perubahan membangun kepercayaan dan keharmonisan untuk dapat menggerakan warga di daerah dan dapat memecahkan berbagai persoalan yang sedang dihadapi.

Keberadaan agen perubahan juga sebagai orang yang mampu untuk menyampaikan komunikasi yang mudah difahami oleh warga didaerah tersebut sehingga memberi kemudahan dalam mencapai tujuan.

2. Model Komunikasi Persuasif

Persuasif adalah pendekatan penyampaian informasi yang ditujukan untuk mempengaruhi pilihan komunikan. Komunikasi persuasif dilakukan untuk

mempengaruhi dan mengendalikan perilaku orang lain. Komunikasi persuasif adalah suatu teknik mempengaruhi manusia dengan memanfaatkan data dan fakta psikologis yang berupa ajakan. Komunikasi dengan membuat pendekatan yang dapat memahami terlebih dahulu kepercayaan, kebudayaan, pengetahuan sehingga memudahkan agen komunikasi untuk menyampaikan keinginan untuk melakukan perubahan di daerah pesisir.

3. Model Komunikasi Dua Arah

Penyebaran pesan pembangunan dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu: komunikasi yang dilakukan dua arah yang bersifat timbal balik sehingga Penyebaran informasi dalam komunikasi pembangunan suatu daerah dapat menjadi jelas dan sekaligus saling memahami dan mengerti.

4. Model Komunikasi Deliberatif

Metode ini menggunakan musyawarah untuk mencapai satu kata untuk kesepakatan. Pembangunan yang dilakukan di desa dikawasan pesisir dalam pengambilan keputusan dapat dilakukan dengan cara menyampaikan pendapat dengan melibatkan aparatur desa (gampong) dan warga setempat untuk menyampaikan dan bermusyawarah terkait pembangunan desa.

C. Definisi Kawasan Pesisir

Wilayah pesisir yaitu kawasan peralihan antara hamparan daratan dan hamparan lautan yang lebih spesifik menyebutkan bahwa kawasan yang masih terkena percikan dan hempasan air laut atau terkadang terkena dampak pasang surut dan dipengaruhi sifat-sifat laut seperti angin laut, dan perembesan air asin; sedangkan ke arah laut mencakup bagian laut yang masih dipengaruhi oleh proses-proses alami yang terjadi disekitar laut.

D. Ciri- ciri Umum Ketujuh Model Pembangunan

Semua pendekatan tentang pertumbuhan dan pemerataan memiliki beberapa kesamaan. Semua pendekatan berawal pada suatu keyakinan bahwa mengandalkan pertumbuhan GNP tidak akan menguntungkan masyarakat menengah kebawah di Negara berkembang atau bisa dikataakan tidak menguntungkan secara cepat.

1. Penciptaan Lapangan Kerja

   Pendekatan ini dikemukakan oleh misi Organisasi Perburuan Internasional (ILO) saat berkunjung ke Colombia, Kenya, Sri langka dan sebagainya, yang menemukan banyak dan terus bertambahnya pengangguran, walapun terjadi pertumbuhan GNP. Karenanya kebijakan tentang pertumbuhan harus ditinjau kembali dengan melihat perlunya peningkatan kesempatan kerja.

   Cara pandang berdasarkan pendekataan ini lebih menekankan pada sector informal sepeti pedagang eceran, pedang kecil, tukang kayu dan sebagainya. Sebagian besar warga memiliki bakat wiraswata, dan yang menjadi hambatan

utama adalah kesempatan untuk mendapatkan modal dan persaingan dengan sector formal. ILO mengembangkan straategi ini dengan penekanan pada penambahan modal bagi sector informal serta penciptaan kesempatan kerja. Perdesaan juga mendapat perhatian khusus, terutama pada teknik produksi pertanian padat-karya.

2. Penyaluran Kembali dari Investasi

   Pendekatan kedua yang menekankan pada peran penting pembentukan modal. Masyarakat menengah ke bawah harus memiliki modal usaha lebih besar untuk memenuhi kebutuhannya. Artinya ada pemikiran kembali tentang penyaluran modal yang diperuntukkan bagi proyek-proyek raksasa ke penanaman modal bagi masyarakat miskin dengan memperhatikan kebutuhan akan pendidikan, kesehatan, kredit dan lain-lain. Jika hal ini dilakukan, terjadi peningkaytan produktivitas masyarakat miskin untuk memperoleh pendapatan.

3. Pemenuhan Kebutuhan Dasar

   Tujuan atau sasarannya adalah memenuhi kebutuhan dasar semua orang dimana pun ia berada. Kebutuhan ini meliputi pangan, air, sandang, papan, pelayanan kesehatan, pendidikan, dan partisipasi dalam membuat keputusan. Tetapi kebutuhan-kebutuhan ini harus dilihat dari segi hubungannya dengan suatu system ekonomi dan social yang menyeluruh dari produksi, pangan, dan barang-barang, penciptaan lapangan pekerjaan dan pengadaan pendidikan, kesehatan, dan gizi. Unsure-unsur utama system yang memenuhi kebutuhan diidentifikasi, dan tiap-tiap unsure ini harus dianalisi sebagai suatu system, dan harus dipahami hubungan timbale balik antara unsure-unsur tersebut. Kemudian strategi alternative yang mempengaaruhi unsure-unsur ini dipilih berdasarkan tingkat efektifitasnya.

4. Pengembangan Sumberdaya Manusia

   Unsur utama strategi ini adalah suatu program besar untuk mengembangkan sumberdaya manusia, seperti di Korea Selatan. Dalam tahun 1964, tingkat pendidikan penduduk Korea adalah tiga kali lebih tinggi daripada rata-rata Negara sedang berkembang dengan tingkat GNP yang lamban selama kurang lebih satub dasawarsa, yang ditakutkan akan menimbulkan ketegangan social, keresahan, dan ketidakstabilan politik.karenanya strategi ini memerlukan pemerintahan yang kuat yang dapat menangani masalah ini secara efektif. Langkah berikutnya sesudah pembentukan sumber daya manusia ini adalah strategi industrialisasi dan pengembangan padat-karya. Sumberdaya di Negara-negara besar memproduksi barang dengan menggunakan tenaga kerja padat-kerja. Tingkat kesempatan kerja yang tinggi karena adnya industrilisasi diikuti dengan peningkatan pendapatan dan permintaan barang produksi yang akan menjamin distribusi keuntungan yang lebih luas.

5. Pengembangan Pertanian Konvensional

Pertanian memainkan dua peranan; pertama, pertanian menyediakan barang dengan harga stabil, kedua, pertanian harus menyediakan kesempatan kerja. Penduduk yang pendapatannya rendah dinegara berkembang membelanjakan sebagian besar pendapatan mereka untuk barang-barang pertanian. Para petani juga membeli (Sumber : Sali Susiana 2000 : 32).

E. Pembangunan Pedesaan

Desa dapat mengelola segala kebutuhan desa sesuai dengan kemampuan alam yang tersedia dan kemampuan sumberdaya manusia sehingga dapat memberikan dan menumbuhkan kemandirian untuk mengelola sumberdaya yang ada dengan menyediakan prasarana dan saran yang dapat memberdayakan masyarakat setempat. Pertumbuhan ekonomi yang dapat mencipkan lapangan pekerjaan bagi warga seteampat sesuai dengan kemampuan sumber daya alam dan sumberdaya manusia yang di dukung oleh ilmu pengetahuan dan teknologi yang meningkat.

Peningkatan kesejahteraan untuk dengan menumbuhkan kepercayaan agar masyarakat merasa memiliki atas desa mereka seperti memberikan kesempatan kegiatan ibu PKK, kegiatan keagamaan, budidaya ikan, pelatihan sehingga dapat menghasilkan perekonomian yang lebih baik dengan memanfaatkan sumberdaya yang ada, yang tidak menghancurkan kelestarian lingkungannya, sehingga pertumbuhan desa dapat malaju, serta meningkatkan partisipasi serta adanya penguatan kelembagaan desa (Gampong) dan berkelanjutan.

Prinsip dalam pembangunan pedesaan yaitu dengan mengembangkan hasil potensi alam sehingga dapat dikembangkan secara adil dan merata, serta memberikan penguatan dan pelatihan serta pemahaman kepada warga masyarakat sebagai sumberdaya manusia yang menggerakan kemajuan desa yang berkenjutan. Membangun komunikasi dan kerjasama yang baik antar daerah untuk kesimbangan pertumbuhan dari berbagai sector.

F. Strategi Pembangunan Pedesaan

Pembangunan masyarakat pedesaan mempunyai strategi untuk meningkatkan partisipasi melalui komunikasi partisipatif. Sehingga masyarakat mempunyai peran penting dan terlibat aktif dalam perencanaan dan pelaksanaan. Meningkatkan program kegiatan pemberdayaan yang memandirikan perekonomian masyarakat sehingga menjadi ekonomi produktif. Mengurangi sifat malas dan ketergantungan melalui strategi penyuluhan dan pendampingan dengan penguatan kelembagaan desa.

Pembangunan desa akan terhambat apabila terlalu bertumpu pada alokasi dan distribusi dana yang sentralistik atau terpusat, segala sesuatu program desa (gampong) akan mengurangi kreativitas dan komitmen masyarakat desa,

dikarenakan kurang menumbuhkan kepercayaan diri dan menimbulkan dependensi masyarakat yang terlalu besar pada pemerintah pusat. Pertumbuhan ekonomi yang tidak berkembang sehingga banyak masyarakat desa yang tidak mendapat perhatian (Moeljarto, 1996 : 41).

G. Konsepsi Kemandirian Lokal

Konsepsi Kemandirian local adalah sintesis dari wawasan baru dan temuan-temuan sains yang dijabarkan sebelumnya. Hakikat dari konsepsi kemandirian local adalah dapat menjaga lingkungan dan segala kemampuan alam didalamnya yang tidak dirusak sehingga dapat memberikan sumber kehidupan.

Kata "local" diimbuhkan untuk menunjukkan bahwa konsepsi ini mengadopsi suatu konsep penting dalam sains baru. Ditegaskan bahwa kemandirian setiap entitas pada dasarnya bersifat dan berdimensi local, tidak bersifat absolute, karena bagaimanapun variable-variabel non local senantiasa ikut berperan dalam mempengaruhi aktivitas semua entitas.

Model tatanan dijabarkan beberapa karakteristik utama tatanan :

1. Setiap tatanan memiliki identitas yang spesifik. Identitas adalah hahikat tatanan karena perubahan identitas yang mendasar sama artinya dengan punahnya tatanan yang bersangkutan dan berubah menjadi tatanan yang lain. Walaupun pada dasarnya identitas tatanan mesti dijaga agar tidak memudar atau berubah, tetapi tidak berarti identitas itu harus terus dipertahankan dalam bentuk awalnya.
2. Struktur tatanan bersifat disipatif. Tatanan harus senantiasa menjaga dan meningkatkan kualitas interkoneksitas dengan lingkungannya. Struktur tatanan merupakan antarmuka anatara tatanan dengan lingkungannya. Mengingat lingkungan tatanan senantiasa berubah, maka struktur tatanan haruslah bersiafat luwes, dalam arti memiliki kemampuan untuk menyesuaikan diri atau melakukan adaptasi terhadap perubahan lingkungannya.
3. Setiap tatanan memiliki kapasitas swatata (*Self Organizing Capacity),* yaitu kemampuan untuk melakukan swatata (pengaturan diri) terhadap struktur dan juga tremasuk pengayaan dan pematangan terhadap dan pematangan terhadap identitasnya untuk beradaptasi terhadap dinamika internalnya yang terutama dipicu oleh aktivitas komponen-komponennya untuk mempertahankan atau bahkan meningkatkan kualitas keberadaan masing-masing.

Mengimplementasikan konsepsi kemandirian local pada bidang pembangunan dan organisasi. Pembangunan dipilih karena bersifat multi-disiplin dan kelihatannya sedang mengalami krisis paradigmatic yang parah, sedangkan pemilihan organisasi selaain didasari oleh pertimbangan yang sama, juga diperkuat dengan adanya kenyataan bahwa Indonesia saat ini sedang melakukan penataan pemerintahan secara mendasar, (Amien,2005 : 18).

Salah satu fungsi penting dari negara adalah menyelenggarakan kegiatan pembangunan, dan salah satu muara dari penyelenggaraan pembangunan tersebut adalah terwujudnya kesejahteraan. Kredibilitas Negara dalam memerankan perwujudan kesejahteraan untuk warga negaranya selalunya diukur pada setiap jangka waktu tertentu, misalnya setiap tahunnya. Instrument yang digunakan dalam mengukur kesejahteraan sangat variatif, di antaranya *World Bank Classification, Global Prosperity Index, Human Development Index. dll*

Dalam masyarakat plural yang terdiri dari banyak entitas sosial, baik karena aspek geografis, ras, basis religious, diferensiasi organisasi sosial, dan lain sebagainya memunculkan cara pandang yang diperdebatkan terkait pola pembangunan yang akan dilakukan, tetapi intinya secara metodologi (thariqoh) pembangunan relatif tetap, sedangkan cara (uslub) dan sarana prasarana (wasilah) cenderung berubah-ubah. Prioritas pembangunan dan indikator pembangunan Negara pada dasarnya tidaklah berbeda dengan pokok-pokok pemahaman tentang amal pada amalan-amalan fardhiyah (individual). Dengan demikian prioritas amal dalam konteks pembangunan terikat dengan hukum syara'. Sedangkan konsep pembangunan kontemporer berorientasi pada manfaat yang berdasar pada logika manusia semata.

H. Pembahasan

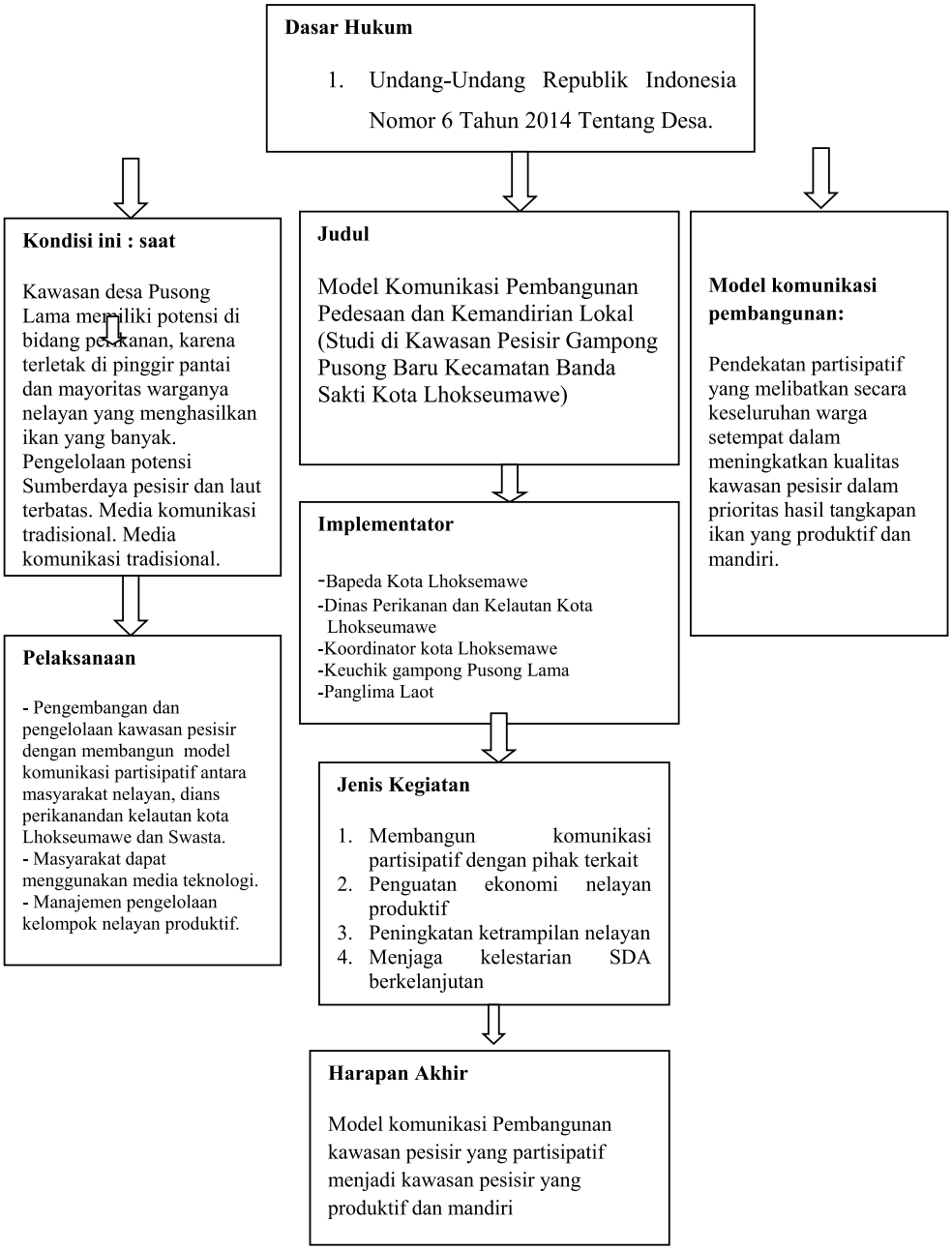
Pembangunan pedesaan dan kemandirian lokal bertujuan untuk peningkatan kesejahteraan masyarakat pedesaan khusus tinjauan dalam kemandirian kawasan pesisir gampong pusong kota Lhokseumawe. Dengan melihat Undang-undang desa untuk mengurusi rumahtangganya dengan potensi alam yang tersedia. dengan pandangan ini potensi besar alam kekayaan laut di kawasan pesisir Gampong pusong lama Kota Lhokseumawe dapat menumbuhkan dan meningkatkan hasil pemenuhan kebutuhan ikan baik dalam skala local, regional, nasional bahkan internasional. Konsep utama pembangunan yang berpusat pada masyarakat setempat cukup sederhana, karena merupakan pendekatan pembangunan yang memandang model komunikasi pembangunan yang partisipatif. Kawasan pesisir merupakan sumberdaya alam laut yang sangat potensial. Model komunikasi Pembangunan partisipatif yang pelibatan masyarakat dan seluruh emelen terkait seharusnya dilibatkan secara aktif. Masa mendatang merupakan impian tentang keadaan yang lebih baik dan lebih mudah dalam arti tercapainya tingkat kemakmuran masyarakat di kawasan pesisir ini menjadi mandiri dan terberdaya.

Kawasan pesisir Gampong Pusong Lama di Kota Lhoksemawe tidak dapat terhindar dari fenomena kemiskinan di tunjukan dengan ada tempat tinggal yang tidak layak huni. Serta adanya golongan masyarakat yang masuk kategori keluarga miskin yang yang di sebabkan oleh keterbatasan ekonomi dan sosial. Kehidupan masyarakat nelayan masih sangat ketergantunagan dengan hasil penangkapan ikan dilaut. Fenomena ini di tunjukan dengan terdapatnya beberapa kepala

keluarga yang secara ekonomi tidak dapat memenuhi kebutuhan primer anggota keluarganya. Selain itu tingkat pendidikan masyarakat rendah sehingga mereka sulit memperoleh pekerjaan dengan hasil yang memadai atau mencukupi kebutuhan keluarganya. Terdapat pula sejumlah keluarga yang tingkat kesehatannya rendah sehingga menghamabat mereka untuk bekerja untuk pergi ke laut mencari nafkah.

Pemukiman nelayan merupakan kawasan pesisir di Desa Pusong Lama Kota Lhoksemawe, merupakan salah satu kawasan yang dominan mata pencaharian sebagai nelayan yang mempunyai tempat tinggal seadanya.. Mayoritas penduduknya bekerja sebagai nelayan. Hal ini menyebabkan 49,2% penduduk desa pusong masuk dalam kategori keluarga miskin. Berdasarkan data yang di peroleh dari kantor desa pusong terdapat 150 keluarga nelayan yang di desa pusong yang hidup di bawah garis kemiskinan. Kemiskinan yang di alami oleh keluarga miskin di permukiman Desa Pusong Lama terjadi karena faktor yang timbul dari diri dalam sendiri dan faktor lingkungan setempat. Kemiskinan timbul dari diri sendiri karena pola pikir masyarakat yang tidak peduli akan kebersihan lingkungan ,dan tidak adanya kesadaran hidup sehata. Sedangkan faktor kemiskinan yang di timbulkan oleh faktor lingkungan adalah pendapatan nelayan yang tidak tetap berdasarkan kondisi cuaca yang cocok untuk melaut.

Sangat menarik untuk menjadi sebuah kajian melihat perkembangan Peluang produksi yang dihasilkan dari turunan ikan olahan seperti kerupuk ikan , nugget ikan, empek-empek, atau bakso ikan dapat juga dikembangkan sebagai usaha pengembangan alternatif ekonomi yang potensial untuk menggerakkan industry rumah tangga (*home industry) yang* potensial di Pusong Lama sehingga dapat menopang perekonomian masyarakat di kawasan pesisir. Jika potensi ini dapat dikembangkan secara seksama oleh masyarakat dengan dukungan pemerintah kota Lhokseumawe diharapkan terciptanya lapangan kerja baru yang berdampak positif terhadap peningkatan perekonomian warga Desa Pusong Lama. Sumber daya alam yang menyediakan sumber kehidupan, dapat dimanfaatkan dengan kreatif dan inovtif. (Sumber: Geuchik Gampong Pusong Lama, Tahun 2018).

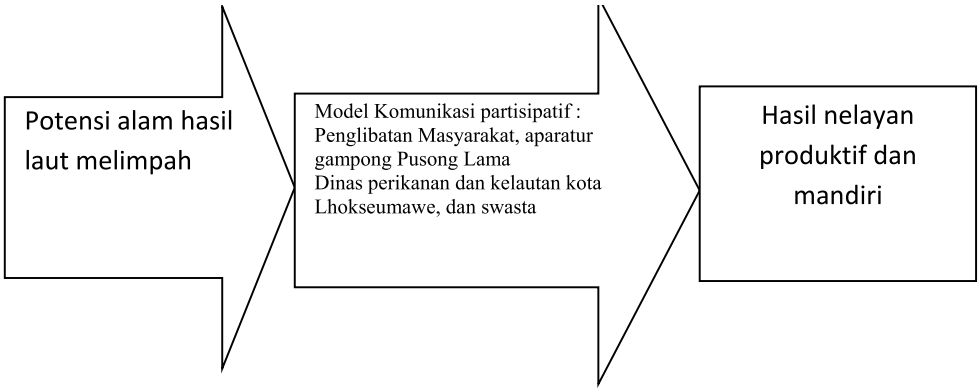


Gambar 1. Landasan konseptual
Sumber: Hasil Interpretasi, Tahun 2018

Sebagaimana tujuan dalam Undang-undang desa yaitu untuk memajukan perekonomian masyarakat desa dengan menciptakan jiwa wirausaha atau ekonomi

mandiri kepada masyarakat dengan mengelola sumber daya alam yang menjadi potensi besar yang ada di desa seperti di gampong pusong lama kota Lhokseumawe yang berpotensi besar yaitu masyarakat yang tinggal di pinggir pesisir serta dengan kemampuan dan keahlian yang harus dimiliki oleh para nelayan dan mengatasi kesenjangan pembangunan, dan memperkuat masyarakat desa sebagai subjek pembangunan. Pembangunan yang mendasarkan diri pada logika, dan berpikir ingin maju maka warga dapat berperan aktif dalam berbagai program yang di kembangkan di desa dengan dibantu oleh pengelolaan manajemen yang baik sehingga mampu mengurangi kesenjangan. Pembangunan desa khususnya pembangunan kawasan pesisir Gampong Pusong Lama Kota Lhokseumawe dapat mengembangkan komunikasi yang partisipatif untuk memunculkan keterlibatan masyarakat dan meningkatkan skiil penegelolaan nelayan sehingga mampu diarahkan pada terwujudnya desa yang mandiri yaitu warganya mempunyai semangat untuk membangun yang tinggi, yang mempunyai kemampuan untuk mengidentifikasikan permasalahan desanya, menyusun rencana untuk memecahkan permasalahan, serta melaksanakan rencana tersebut dengan seefesien mungkin, sehingga dapat menjadi kawasan yang unggul hasil tangkapan ikan.

Kemandirian local adalah sintesis dari wawasan baru dan temuan-temuan sains yang dijabarkan sebelumnya. Hakikat dari konsepsi kemandirian local adalah menekankan perlunya setiap entitas memelihara dan meningkatkan kualitas kemandiriannya demi untuk menjaga keberlangsungan suatu kawasan yang mempunyai potensi alam sehingga keberadaannya dan juga agar senantiasa mampu berpartisipasi dalam proses pembaharuan semesta dan dapat memberikan sumber kehidupan bagi manusia. Pengembangan kawasan (*regional development)*, misalnya kawasan pesisir cenderung berorientasi pada pertumbuhan ekonomi masyarakat pesisir yang menjadi nelayan sebagai mata pencahariannya, pengembangan kawasan mempunyai potensi untuk mendororng akselerasi industri alisasi, namun insensitif terhadap masalah kemiskinan.



Gambar 2. Model Komunikasi Partisipatif Pembangunan Kawasan Pesisir
Sumber : Hasil olahan Penulis, 2018

Penduduk miskin di pedesaan kawasan pesisir gampong Pusong lama Kota Lhokseumawe tidak mempunyai tempat dalam strategi ini, atau hanya mempunyai fungsi suportif yang bersifat skunder, yaitu pensupply tenaga kerja yang berupah rendah. Seperti kehidupan masyarakat di Gampong Pusong memiliki posisi penduduk miskin yang amat rentan terhadap berbagai gejolak ekonomi, sosial maupun fisik dan rumah hunian yang tidak layak. Masyarakat di pedesaan seperti nelayan yang terbelenggu oleh mata rantai eksploitasi tauke- nelayan atau toke Bot, dan mereka yang tinggal di rumah yang kumuh yang mengalami terjerat dalam belenggu utang-piutang dengan pelepasan uang dan berbagai permasalahan lainnya, sehingga kemandirian setiap entitas pada dasarnya bersifat dan berdimensi local, tidak bersifat absolute, karena bagaimanapun variable-variabel non local senantiasa ikut berperan dalam mempengaruhi aktivitas semua entitas. Sangat dibutuhkan kapasitas swatata (*Self Organizing Capacity),* yaitu kemampuan untuk melakukan swatata (pengaturan diri) yaitu dengan adanya pendampingan yang dapat mengembangakan kemampuan para nelayan dalam metode penangkapan ikan yang inovasi tanpa merusak alam atau laut terhadap struktur dan juga termasuk pengayaan dan pematangan terhadap dan pematangan terhadap identitasnya untuk beradaptasi terhadap dinamika internalnya yang terutama dipicu oleh aktivitas komponen-komponennya untuk mempertahankan atau bahkan meningkatkan kualitas keberadaan masing-masing. Untuk mewujudkan desa yang mandiri adanya perubahan wawasan pembangunan, daripada menciptakan struktur-struktur baru. Beberapa hal yang perlu dilakukan adalah Pembangunan untuk mewujudkan desa yang mandiri menuntut perubahan total sikap para birokrat.sehingga bekerja sama dengan masyarakat desa dapat mengembangkan potensinya. Sikap Dinas terkait menjadi fasiliotator memberi kemampuan kepada masyarakat desa mengenali permasalahannya sendiri dan pemecahan masalah, merumuskan rencana yang ada di desa, dan melaksanakan rencana. Pengembangan teknologi pedesaan kreativitas, komitmen dan sifat inovatif masyarakat desa. (Moeljarto Tjokrowinoto, 1996 :42)

I. Penutup

Model komunikasi partisipatif dalam Pembangunan pedesaan kawasan pesisir Gampong Pusong Lama Kota Lhokseumawe dengan melibatkan seluruh elemen masyarakat, dinas perikanan dan kelautan kota Lhokseumawe, aparatur gampong, panglima laot, agar melalui komunikasi partisipasif ini dapat mengeluarkan ide, gagasan tentang pengelolaan Sumberdaya yang ada untuk menuju kemandirian lokal yang bertujuan untuk peningkatan kesejahteraan masyarakat pedesaan kawasan pesisir. Konsepsi kemandirian local adalah menjaga keasrian lingkungan adat istiadat dan kebudayaan yang tumbuh dan hidup berkembang agar senantiasa dapat terus berkelanjutan dengan pengelolaan sumberdaya alam yang potensial yaitu laut yang memberikan penghasilan bagi para nelayan diwilayah sekitar pesisir. Memperkuat dan memajukan perekonomian masyarakat desa (gampong) dengan menciptakan

jiwa wirausaha seperti menjemur ikan asin atau ekonomi nelayan mandiri kepada masyarakat sehingga dapat mengatasi kesenjangan pembangunan, dan memperkuat hasil pendapatan masyarakat desa. Pemukiman nelayan adalah kawasan pesisir di Desa Pusong Lama Kota Lhoksemawe, merupakan salah satu kawasan yang berpenghasilan sebagai nelayan yang mempunyai tempat tinggal seadanya. Hal ini menyebabkan 49,2% penduduk desa pusong termasuk masyarakat yang perlu untuk ditingkatkan taraf hidup melalui Model komunikasi yang partisipastif.

J. Daftar Pustaka

A. Mappadjantji Amien, 2005, *Kemandirian Lokal, Konsepsi Pembangunan, Organisasi, dan Pendidikan dari perspektif Sains Baru,* Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama.

Brembeck and William S. Howell. 1976. *Persuasion: A Mean of Social Influence.* New Jersey: Prentice-Hall, Inc.

Dahuri, Rokhmin, et. al. 2004. *Pengelolaan Sumber Daya Wilayah Peisir dan Lautan secra Terpadu.* Jakarta: Pradnya Paramita.

Havelock, R.G. 1973. *The Change Agent's Guide to Innovation in Education.* Englewood Cliffs, N.J.: Educational Tecnology Publications.

Kertapati, Ton. 1981. *Bunga Rampai Azas-azas Penerangan dan Komunikasi.* Jakarta: Bina Aksara.

Noor, Marzuki. 2008. *Strategi Komunikasi Pembangunan Masyarakat Pusat Perikanan.* Jurnal Aplikasi Manajemen, Volume 6. Nomor 1 . Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia. April 2008.

Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar.* Bandung: Remaja Rosdakarya.

Muhammad, Arni. 2005. *Komunikasi Organisasi.* Jakarta: Bumi Aksara.

Moeljarto Tjokrowinoto, 1996, *Pembangunan Dilema dan Tantangan,* Yogyakarta, Pustaka Pelajar.

Rakhmat, Jalaluddin. 1994. *Psikologi Komunikasi.* Bandung: Remaja Rosdakarya.

Sali Susiana dan Yulia Indahri, 2000, *Pembangunan Sosial Teori dan Implikasi Kebijakan,* Jakarta, Penerbit Sekretariat jenderal DPR RI Pusat Pengkajian dan Pelayanan Informasi Bekerjasama dengan Konrad Adenauer Stiftung.

Sastropoetro, Santoso, R.A. 1988. *Partisipasi, Komunikasi, Persuasi, dan Disiplin dalam Pembangunan Nasional.* Bandung: Alumni.

Sumarto, Hetifah Sj. 2004. *Inovasi, Partisipasi dan Good Governance.* Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

Tarigan, Robinson. 2005. *Perencanaan Pembangunan Wilayah.* Jakarta:Bumi Aksara.

Zulkarnain, 2011, Jurnal Berkala Perikanan Terubuk, Februari 2011, hlm 65-78 Vol 39 No.1 ISSN 0126-6265 , *Model Komunikasi Pembangunan Perikanan Dalam Pemberdayaan Komunitas Nelayan Suku Duano Di Propinsi Riau.*

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa.

https://www.scribd.com.pembangunan pedesaan, 12 Desember 2017

https://fahmins.wordpress.com.strategi pembangunan desa, 12 Desember 2017

Biodata Penulis

Risna Dewi, S. Sos., MSP. Lahir di Loskala, 07 February 1982 sebagai Dosen pada Program Studi Administrasi Publik, FISIP Universitas Malikussaleh mulai tahun 2008 sampai sekarang. Menyelesaikan gelar akademik Srata Satu (S1) pada jurusan Ilmu Administrasi Negara FISIP Unimal Lhokseumawe tahun 2006, kemudian pada tahun 2011 menyelesaikan pendidikan Srata Dua (S2) Magister Studi Pembangunan pada Universitas Sumatera Utara (USU). Adapun karya yang pernah dipublikasi difokuskan pada Strategi Pengembangan Daerah Kumuh Menuju *Sustainble Devolepment* (Pembangunan Berkelanjutan). Partisipasi perempuan dalam pembangunan berwawasan gender. Etika Pembangunan. Profesionalisme Aparatur Dalam Pelayanan Surat Tanda Nomor Kendaraan (STNK) (Studi Pada Samsat Kota Lhokseumawe). Penulis dapat dihubungi risna_dewi82@yahoo. com

KOMUNIKASI PERSPEKTIF HADIS

Abrar Adhani

PENDAHULUAN

Melalui komunikasi gerak prilaku hingga apa yang dirasakan oleh seseorang memungkinkan untuk dipahami orang lain. Namun, komunikasi efektif jika pesan disampaikan dan ditafsirkan dengan mudah oleh penerima pesan. Sekalipun komunikasi sudah dibahas oleh banyak ilmuan sejak dulu, akan tetapi topik-topik penting kajian komunikasi pada abad 21 mengalami perkembangan yang besar. Khususnya pasca revolusi industri dengan majunya teknologi komunikasi informasi seperti radio, televisi, telpon gengam, satelit, jaringan komputer dan internet yang mendunia.[1]

Kondisi nyata yang demikian memberikan penjelasan bahwa aktivitas komunikasi adalah sesuatu yang yang pasti dilakukan oleh umat manusia. Dasar argumentasi ini berasumsi bahwa komunikasi adalah suatu hal yang natural atau alamiah dan tidak perlu dipermasalahkan.

Berkomunikasi tidaklah hanya identik dengan menyampaikan sebuah informasi. Para pakar komunikasi sebagaimana dijelaskan oleh Jalaluddin Rahmat yang menjelaskan bahwa setiap komunikasi memiliki dua aspek, yaitu aspek isi dan aspek kandungan. Di mana yang kedua mengklarifikasikan aspek pertama dan oleh sebab itu merupakan metakomunikasi atau diluar komunikasi. Komunikasi bukan soal sebatas menyampaikan informasi akan tetapi yang paling pentign adalah mengatur hubungan sosial antara dua orang yang melakukan komunikasi.[2]

Dalam proses komunikasi, paling tidak terdapat tiga unsur dalam komunikasi, yaitu komunikator, media dan komunikan. Para ahli komunikasi menguraikan bahwa komunikasi tidak sebatas informatif, yaitu orang lain dapat paham dan mengerti namun juga persuasif, yakni, agar orang lain dapat menerima informasi yang disampaikan, melakukan aktivitas perbuatan dan lain sebagainya. Menurut pakar komunikasi Hovland, sebagaimana dikutip oleh Onong, bahwa berkomunikasi tidak hanya terkait dengan penyampaian informasi, akan tetapi juga bertujuan membentuk pendapat umum, dan sikap publik.[3]

Seperti halnya definisi komunikasi, maka pembagian bentuk komunikasi menurut pakar juga berbeda satu sama lainnya. Pengklasifikasian didasarkan pada sudut pandang setiap pakar menurut kajian dan bidang yang diminatinya. Tidak bisa dengan mudah dan gampangnya menyalahkan bahkan memberikan kritik,

---

1 Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, (Malang: PT Gelora Aksara Pratama, 2012), h. 4.

2 Jalaluddin Rahmat, *Islam Aktual*, (Bandung: Penerbut Mian, 1992), cet ke-4, h. 63

3 Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1999), h. 25

karena argumentasi yang dibangun masing-masing pakar cukup kuat dan kokoh. Sebut saja misalnya, kelompok pakar komunikasi dari Amerika yang menyusun buku *Human Communication* pada tahun 1980 membagi komunikasi kedalam lima macam yaitu, komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*), komunikasi kelompok kecil (*small grou communication*), komunikasi organisasi (*organizational communication*), komunikasi massa (*mass communication*) dan komunikasi publik (*public communication*).[4]

Prinsip-prinsip dalam berkomunikasi telah dijelaskan di dalam Alquran. Di dalam Alquran telah disebutkan ada 7 prinsip komunikasi yaitu :

1. *Qaulan Baligha* (komunikasi penuh makna)
2. *Qaulan Karima* (komunikasi yang mulia)
3. *Qaulan Maysura* (bahasa yang mudah dipahami)
4. *Qaulan Layyina* (bahasa lemah lembut, santun)
5. *Qaulan Sadida* (ucapan yang benar)
6. *Qaulan Ma'rufa* (perkataan yang pantas)
7. *Qaulan 'Azima* (menghindari perkataan bohong)[5]

Selain ayat Alquran di dalam hadist juga terdapat etika dalam berkomunikasi seperti :

قل الحقّ ولو كان مرّا

"katakanlah apa yang benar walaupun itu pahit rasanya" (HR Ahmad)

Hadist di atas menjelaskan bahwa sebagaimana syair "engkau tidak akan mencapai kemuliaan hingga engkau merasakan kesabaran" At-thiby berkata : serupa dengan amar ma'ruf nahi mungkar dengan kesabaran, kepada orang yang tidak menyukai keduanya karena sesungguhnya itu pahit tetapi akibatnya terpuji.

Alquran dan hadist secara spesifik tidak memberikan uraian tentang komunikasi, namun jika diteliti ada banyak ayat yang memberikan gambaran umum tentang prinsip dan etika dalam berkomunikasi. Dalam hal ini penulis akan merujuk pada pembahasan khusus yang diasumsikan sebagai penjelasan terkait Hadist-hadist yang menjelaskan tentang bentuk-bentuk komunikasi yaitu komunikasi intrapersonal, komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok dan komunikasi massa.

Pembahasan

A. Pengertian Hadis

Secara bahasa hadist berasal dari bahaa Arab yaitu *Al-hadist* jamaknya *al-*

[4] Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2003), h. 29

[5] Sahrul, *Filsafat Dakwah*, (Medan: Perdana Mulya Sarana, 2014), h. 74

hadist, *al-haditsan* dan *al-hudtsan*. Secara istilah kata ini memiliki banyak arti di antaranya *al-jadid* (yang baru), lawan dari *al-qadim* (yang lama), dan *al-khabar* (yang berarti kabar atau berita.Hadis merupakan salah satu dasar pengambilan hukum Islam setelah Alquran. Sebab hadis mempunyai posisi sebagai penjelas terhadap makna yang dikandung oleh teks suci tersebut. Apalagi, banyak terdapat ayat-ayat yang masih global dan tidak jelas Maknanya sehingga seringkali seorang mufassir memakai hadis untuk mempermudah pemahamannya.[6]

Sedangkan menurut istilah (*terminology)*, para ahli memberikan definisi (*ta'rif)* yang berbeda-beda sesuai dengna latar belakang disiplin ilmunya, seperti pengertian hadis menurut ahli ushul akan berbeda dengan pengertian yang diberikan oleh ahli hadis. Menurut ahli hadis, pengertian hadis adalah "segala perkataan nabi, perbuatan dan hal ihwalnya". Yang dimaksud hal ihwal ialah segala yang diriwayatkan dari nabi Muhammad SAW yang berkaitan dengan himmah, karakteristik, sejarah, kelahiran dan kebiasaan-kebiasaannya.[7]

Ada juga yang memberi pengertian lain, sebagian muhadditsin berpendapat bahwa pengertian hadis diatas merupakan pengertian yang sempit. Menurut mereka, hadis mempunyai cakupan pengertian yang luas, tidak terbatas pada apa yang disandarkan kepada nabi SAW. Sebagaimana disebutkan oleh Al-Tirmisi :

"bahwasanya hadis itu bukan hanya untuk sesuatu yang marfu', yaitu sesuatu yang disandarkan kepada nabi SAW, melainkan bisa juga untuk sesuatu yang mauquf yaitu yang disandarkan kepada tabi'in."

Sementara para ulama ushul memberikan pengertian hadis adalah :"*segala perkataan nabi SAW, perbuatan, dan taqrirnya yang berkaitan dengan hukum syara' dan ketetapannya*."

Berdasarkan pengertian istilah yang dikemukakan oleh ulama, secara lebih mendetail bentuk-bentuk (cara-cara) yang termasuk kedalam kategori hadis menurut Muhammad Abdul Rauf, seperti dikutip Syuhudi Ismail ialah :

1. Sifat-sifat nabi Muhammad SAW yang dikemukakan sahabat.
2. Perbuatan dan akhlak nabi SAW yang di riwayatkan oleh para sahabat.
3. Sikap dan perbuatan para sahabat yang di diamkan/di biarkan nabi SAW, (disebut juga dengan *taqrir an-nabiy*).
4. Timbulnya beragam pendapat sahabat di hadapan nabi SAW, lalu beliau mengemukakan pendapatnya sendiri atau mengakui salah satu pendapat sahabat itu.
5. Sabda nabi SAW yang keluar dari lisan beliau sendiri.
6. Firman Allah SWT selain Al quran yang disampaikan oleh nabi SAW yang biasa disebut dengan hadis *qudsy.*

---

[6] Muhammad Yusuf Musa, *Al Madkhal Li Dirasat Al Fiqhi Al Islamy* (Bairut: DarAl Fikri Al Araby, 2005) h. 69

[7] Munzier Suparta, Ilmu Hadis, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2002), h. 2

7. Surat-surat nabi SAW yang dikirimkan kepada para sahabat yang bertugas di daerah-daerah atau kepda pihak di luar Islam.[8]

Posisi hadis sebagai sumber hukum. Tidak lain karena adanya kesesuaian antara hadis dengan teks suci yang ditranmisikan kepada nabi Muhammad. Bisa juga dikatakan bahwa hadis merupakan wahyu Tuhan yang tidak dikodifikasikan dalam bentuk kitab sebab lebih banyak hasil dari proses berpikirnya nabi dan hasil karya nabi Akan tetapi bukan berarti hadis adalah Alquran.

B. Bentuk-bentuk komunikasi

Communication asal mulanya dari kata Prancis lama *communication* yang landasan kata latin *communicatio*. Sebagaimana *communication*, *communicatio* juga kata benda. Kata kerja pembentuk kata benda *communicatio* adalah *communicare* yang berarti to share (membagi). Sedangkan kata kerja communication adalah communicate yang artinya beragam antara lain :

1. *Share or exchage information, news or ideas* (membagi atau menukar informasi, berita dan gagasan).
2. *Convey or transmit* (*an emotion or feeling*) *in a non verbal way* (menyampaikan atau mengirimkan emosi atau perasaan secara non verbal).
3. *Succed in conveying one's ideas or invoking understanding in others* (berhasil menyampaikan gagasan atau pemahaman kepada orang lain).
4. *Be able to share and understand each other's thoughts and feeling* (dapat saling membagi dan saling memahami pemikiran dan perasaan).[9]

Komunikasi manusia sebagai singkatan dari komunikasi antar manusia dinamakan komunikasi sosial atau komunikasi kemasyarakatan karena hanya pada manusia-manusia yang bermasyarakat terjadinya komunikasi. Masyarakat terbentuk dari paling sedikit dua orang saling berhubungan dengan komunikasi sebagai penjalinnya. [10]

Menurut Harrol D Lasswell "komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa dengan akibat apa atau hasil apa". Menurut pendapat lain yaitu aristoteles "komunikasi adalah alat dimana warga masyarakat dapat berpartisipasi dalam demokrasi", sedangkan menurut Carl L Hovland "komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan untuk mengubah perilaku orang lain".[11]

Berbicara tentang definisi komunikasi tidak ada definisi yang benar dan salah. Seperti juga model atau teori, definisi harus dilihat dari kermanfaatannya untuk

---

8 M. Alfatih Suryadilaga, *Ulumul Hadis* (Yogyakarta: Teras,2010) hal. 23

9 *Ibid*, entri: communicate.

10 Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), h. 3-4

11 Achluddin Rochim, Komunikasi Sosial Pembangunan, (Surabaya: LP21, 2010), h. 40

menjelaskan fenomena yang didefinisikan dan mengevaluasinya.[12] Dari pengertian di atas penulis menyimpulakan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang dapat menimbulkan efek tertentu.

Joseph A Devito seorang profesor komunikasi di City University of New York dalam bukunya *communicology* (1982) membagi komunikasi atas empat macam, yakni komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok kecil, komunikasi publik dan komunikasi masssa.

R. Wayne Pace dengan teman-temannya dari Brigham Young University dalam bukunya *Techniques for Effective Communication* (1979) membagi komunikasi atas tiga tipe, yakni komunikasi dengan diri sendiri, komunikasi atarpribadi serta komunikasi khalayak.

Beberapa sarjana komunikasi aliran Eropa hanya membagi komunikasi atas dua macam, yakni komunikasi antar pribadi dan komunikasi massa. Di Indonesia ada kalangan yang membagi komunikasi atas dua macam yakni komunikasi massa dan komunikasi sosial.

Memperhatikan pandangan para pakar di atas, maka tipe komunikasi yang akan kita bicarakan dalam makalah ini dibagi dalam empat bentuk yakni komunikasi intrapersonal (komunikasi dengan diri sendiri), komunikasi interpersonal (komunikasi antar pribadi), komunikasi kelompok, komunikasi massa.

1. Komunikasi intrapersonal (komunikasi dengan diri sendiri)

Komunikasi dengan diri sendiri adalah proses komunikasi yang terjadi di dalam diri individu, atau dengan katalain proses berkomunikasi dengan diri sendiri.Sepintas lalu memang agak lucu kedengarannya, kalau ada orang yang berkomunikasi dengan dirinya sendiri. [13] contoh komunikasi terhadap diri sendiri yaitu berpikir.

Komunikasi model ini menjadi pondasi komunikasi antarpribadi dan komunikasi pada aspek lainnya, kendati demikian, dalam bidang komunikasi tidak selalu ada pembahasan yang rinci apalagi tuntas. Artinya, komunikasi intrapribadi biasanya lekat pada komunikasi dua orang saja. Biasanya sebelum berkomunikasi dengan orang yang berbeda, seseorang akan berkomunikasi dengan dirinya sendiri.[14]

Ketika terjadi proses pengambilan keputusan, seseorang kerap diberikan pada pilihan ya atau tidak. Kondisi demikian menjadikan orang tersebut masuk kedalam situasi komunikasi diri sendiri, khususnya ketika mempertimbangkan baik buru, untung rugi jika memilih suatu keputusan yang akan dipilih. Hal ini bisa dilakukan melalui metode komunikasi intrapersonal atau komunikasi dengan diri sendiri.

---

[12] Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), h. 46

[13] Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT RajaGrafindo, 2003), h. 30

[14] Ibid, *Ilmu Komunikasi,* h. 80

Banyak pakar memberikan pandangan bahwa proses pemaknaan arti bagi suatu yang terjadi pada diri individu belum dapat dinilai sebagai bagian dari komunikasi, melainkan hanya suatu aktivitas monolog. Studi tentang komunikasi dengan diri sendiri (*intrapersonal communication*) kurang begitu banyak mendapat perhatian, kecuali dari kalangan yang berminat dalam bidang psikologi *behavioristik*. Karena itu literatur yang membicarakan tentang komunikasi intrapersonal boleh dikata sangat langka ditemukan.

2. Komunikasi interpersonal (komunikasi antar pribadi)

Komunikasi interpersonal merupakan proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka, seperti yang dinyatakan R Wayne Pace (1979) bahwa "*interpersonal communication is communication involving two or more people in a face to face setting.*"[15]

Komunikasi interpersonal adalah interaktif tatap muka antar dua atau beberapa orang, dimana pengirim dapat menyampaikan pesan secara langsung dan penerima pesan dapat menerima dan menanggapi secara langsung pula.[16]

Konsep "jalinan hubungan" (*relationship*) sangat penting dalam kajian komunikasi antarpribadi. "jalinan hubungan" merupakan seperangkat harapan yang ada pada partisipan ynag dengan itu mereka menunjukkan perilaku tertentu di dalam berkomunikasi. "jalinan hubungan" antar individu hampir senantiasa melatarbelakangi pola-pola interaksi di antara partisipan dalam komunikasi antarpribadi. Terdapat asumsi lain mengenai "jalinan hubungan"

a. Jalinan hubungan senantiasa terkait dengan komunikasi dan tak mungkin dapat dipisahkan.
b. Sifat jalina hubungna ditentukan oleh komunikasi yang berlangsung di antara indivisu partisipan.
c. Jalinan hubungan biasanya didefinisikan secara lebih *implisit* (tidak/ kurang bersifat *eksplisit*).
d. Jalinan hubungan, karena itu bersifat dinamis.

3. Komunikasi Kelompok

Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut.[17] Kelompok yang dimaksud misalnya adalah keluarga, kelompok diskusi, kelompok pemecahan masalah, atau suatu komite yang tengah berapat untuk mengambil suatu keputusan.

Menurut Walgito komunikasi kelompok terdiri dari dua kata yaitu kata

[15] Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT RajaGrafindo, 2003), h. 30, 32
[16] Agus M Hardjana, *Komunikasi intrapersonal dan interpersonal*, (Yogyakarta: Kanisius, 2003), h. 85
[17] Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*, (Bandung: PT RemajaRosdakarya), h. 25

komunikasi dan kata kelompok, komunikasi dalam bahasa Inggris communication berasal dari kata communicatio dan bersumber dari kata communis yang berarti sama, yakni maksudnya menyamakan satu makna, sedangkan kelompok dapat dipandang dari segi persepsi, motivasi, tujuan, interpedensidan juga dari segi interaksi. Berarti komunikasi kelompok adlaah menyamakan suatu makna di dalam suatu kelompok. [18]

Menurut A Maslow pengertian kelompok agar lebih jelas, diawali dengan proses pertumbuhan kelompok itu sendiri. Indiviu sebagai makhluk hidup mempunyai kebutuhan, yakni adanya :

1. Kebutuhan fisik
2. Kebutuhan rasa aman
3. Kebutuhan kasih sayang
4. Kebutuhan prestasi dan prestise, serta
5. Kebutuhan untuk melaksanakan sendiri

Dengan kebutuhan tersebut sehingga komunikasi kelompok berarti menyamakan makna dalam suatu kelompok. Komunikasi kelompok menyamakan suatu makna secara bersamaan, saling mempengaruhi satu sama lain untuk mencapai tujuan kelompok secara bersamaan.[19]

Pengertian komunikasi menurut Michael Burgoun dan Michael Ruffner, komunikasi kelompok sebagai interaksi tatap muka dari 3 atau lebih individu guna memperoleh maksud dan tujuan yang dikehendaki seperti berbagi informasi, pemeliharaan diri atau pemecahan masalah sehingga semua anggota dapat menumbuhkan karakteristik pribadi anggota lainnya dengan akurat.[20]

4. Komunikasi Massa

Komunikasi masa pada dasarnya merupakan suatu bentuk komunikasi dengan melibatkan khalayak luas yang biasanya menggunakan teknologi media massa, seperti surat kabar, majalah, radio dan televisi. Hadirnya media baru seperti internet memberikan perspektif pandangan yang baru terhadap komunikasi massa. Kenyataan menunjukkan bahwa penggunaan internet memiliki peluang untuk memberikan tanggapan atau umpan balik secara segera, misalnya e-mail dan mailist yang berbeda dengan surat kabar atau majalah di mana umpan baiknya bersifat tertunda.

Littlejohn menawarkan definisi yang barangkali lebih memadai mengenai komunikasi massa dengan menyatakan bahwa komunikasi massa merupakan "*the process whereby media organizations produce by which those messages are*

---

[18] Sunnaru Hariadi Samsi, *Dinamika Kelompok, teori dan sikap mengaplikasikannya untuk analisis keberhasilan kelompok tani sebagai unit belajar, kerjasama produksi dan bisnis*, (Yogyakarta: Sekolah Pascasarjana Universitas Gajah Mada, 2011), h. 22

[19] Slamet Santosa, *Dinamika Kelompok*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), h. 31

[20] Lukiati Komala, *Ilmu Komunikasi Perspektif Proses dan Konteks*, (Bandung: Widya Padjajaran, 2009), h. 43

sought, used, understood, and influenced by audiences" (proses di mana organisasi-organisasi media memproduksi dan menyampakan pesan-pesan kepda khalayak luas dan proses di mana pesan-pesan dicari, digunakan, dipahami, dan dipengaruhi oleh khalayak.[21]

Sebuah pesan dari komunikasi massa akan berlangsung dalam satu arah, dan begitu juga sebaliknya, tanggapan balik akan lambat atau bahkan tertunda dan juga sangat terbatas. Akan tetapi, dengan adanya kemajuan teknologi informasi yang pesat, terlebih media massa elektronik, seperti radio, televisi, maka respon balik dari publik dapat dilakukan dengan cepat kepada pembawa berita atau penyiar.

Selain dari itu, sifat penyebaran pesan melalui media massa berlangsung begitu cepat, serempak dan luas. Ia mampu mengatasi jarak dan waktu, serta tahan lama bila di dokumentasikan. Dari segi ekonomi biaya produksi komunikasi massa cukup maham dan memerlukan dukungan tenaga kerja relatif banyak untuk mengelolanya.[22]

Mc Quail menyarankan empat sub bidang kajian komunikasi massa oleh Mcquail disebut dengan perspektif. Keempat bidang kajian ini terbangun dari persilangan antara sumbu media masyarakat dengan sumbu kebudayaan material yang kemudian meliputi :

1. Media culturalist perspective, lebih menitik beratkan persoalan isi dan penerimaan isi atau pesan-pesan media oleh khalayak.
2. Media materialist perspective berkenaan dengan persoalan ekonomi politik media dan teknologi media.
3. Social culturalist perpective lebih menekankan pada pengaruh faktor-faktor sosial terhadap produksi dan penerimaan isi atau pesan-pesan media, serta fungsi media dalam kehidupan masyarakat.
4. Social materialist yang lebih melihat media massa sebagai cerminan dari kondisi-kondisi ekonomi dan material masyarakat.[23]

5. Hadis-hadis yang terkait dengan bentuk-bentuk komunikasi

a. Hadis yang terkait dengan komunikasi Intrapersonal (komunikasi diri sendiri)

Komunikasi intrapribadi atau yang dikenal dengan istilah komunikasi intrapersonal adalah model komunikasi pada diri sendiri, dengan maksud untuk berpikir, melakukan analisis, berasumsi hingga melakukan refleksi. Karakter komunikasi intrapersonal mirip dengan proses berpikir, yakni seseorang dengan sadar mengirimkan informasi kedalam dirinya sendiri sebagai bahan analisis terhadap sebuah situasi dan kemudian mengambil respon atau keputusan.

---

21 Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, (Yogyakarta: PT LKS Pelangi Aksara, 2007), h. 16

22 Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT RajaGrafindo, 2003), h. 35-37

23 Pawito,....,*opcit,* h. 17-18

Pada saat seseorang akan memecahkan masalah, mengambil keputusan, atau bahkan mencari sebab-akibat, maka ia akan berinteraksi dengan dirinya sendiri, tentang apa yang buruk, apa yang baik, serta bagaimana dapat melakukan penyelesaian masalah dengan baik pula.

Berikut ini contoh hadis yang berkaitan dengan komunikasi Intrapersonal :

- Hadis tentang *Tafakkur* (berpikir)

" تَفَكَّرُوا فِي خَلْقِ اللَّهِ ، وَلا تَفَكَّرُوا فِي اللَّهِ" (رواه أبو نعيم عن ابن عباس)

"Berfikirlah kamu tentang ciptaan Allah dan janganlah kamu berfikir tentang Dzat Allah" (HR. Abu Nu'aim dari Ibnu Abbas).[24]

Hadits di atas dihasankan Syaikh Nashiruddin Al-Albani dalam *Shahihul Jami'sh Shaghir (2976)* dan *SilsilatuAhadits Ash-Shahihah (1788)*. Salah satu ciri khas manusia, yang membedakannya dari makhluk lain adalah **berpikir**. Karenanya, ada sebagian ilmuwan yang mendefinisikan manusia dengan ungkapan, **"Manusia adalah hewan yang berpikir".**Dengan berpikir manusia bisa meraih berbagai kemajuan, kemanfaatan dan kebaikan. Dengan berpikir pula manusia mengalami kesesatan dan kebinasaan.

Sebuah hadist Nabi Muhammad Saw, yang berisi tentang perintah agar umatnya melakukan tafakur, agar manusia sampai pada kemanfaatan, ketaatan, kebaikan serta ketundukan pada sang pencipta. Dengan metode tafakur ini yang penting dipikirkan adalah hal-hal yang berkaitan dengna diri kita sendiri, bukan yang berhubungan dengan sang pencipta, karena hal itu bisa membawa manusia pada kesesatan.

Tafakkur adalah memikirkan dan merenungkan dengan sungguh-sungguh akan kebesaran Allah SWT, manusia merupakan seorang hamba yang diberikan kemampuan untuk berpikir, dengan bekal tersebut ia mampu mencapai apa yang diinginkan, diharapkan dan dicita-citakan. Akan tetapi dalam catatan sejarah, manusia juga tidak sedikit yang mengalami kerugian dan kesesatan akibat dari cara berpikir yang tidak benar. Oleh sebab itu, nabi Muhammad mengajarkan bahwa aktivitas berpikir atau tafakur haruslah membawa kemaslahatan, kemajuan, kebaikan dan tentu keimanan

Untuk mencapai kualitas berpikir dan tafakur yang baik, Nabi Muhammad memberikan penejelasan agar tidak salah dalam bertafakur. Agar tujuan itu tercapai, Rasulullah saw memberi penjelasan agar kita tidak salah dalam bertafakur. Rasulullah saw memerintahkan kita untuk bertafakur mengenai makhluk ciptaan Allah swt.[25] Setidaknya ada 4 keutamaan dalam berfikir yaitu :

[24] Al Albani, *Sahih al Jami' al Saghir wa al Ziyādātuhu*, (t.t: Maktab al Islamy, Juz I, t.th), h. 57

[25] Syahrul Akmal Latif, *Sosiologi Qur'ani dan Revolusi Mental*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2017), h. 45

1. Allah memuji orang-orang yang sentiasa bertafakur dan berzikir dalam setiap situasi.
2. Tafakur termasukamalan yang terbaik dan dapat mengungguli ibadah.
3. Tafakur dapat membawa kita kepadakemuliaan dunia dan akhirat.
4. Tafakur adalah pangkal segala kebaikan.

- **Hadis tentang merenung tentang kematian**

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَكْثِرُوا ذِكْرَ هَاذِمِ اللَّذَّاتِ يَعْنِي الْمَوْتَ

"Perbanyaklah mengingat pemutus kenikmatan, yaitu kematian." (HR Ibnu Majah, no. 4.258, Tirmidzi, Nasai, Ahmad).

Banyak hadits-hadits yang mengingatkan tentang kematian, agar manusia selalu ingat bahwa hidup di dunia tidaklah kekal. Agar manusia bersiap siaga dengan perbekalan yang dibutuhkannya saat perjalanannya yang panjang nanti. Orang yang banyak mengingat kematian dan mempersiapkannya dengan iman yang shahih (benar), tauhid yang khalish (murni), amal yang shalih (sesuai dengan tuntunan), dengan landasan niat yang ikhlas, itulah orang-orang yang paling berakal. dalam riwayat Ath Thabrani dan Al Hakim terdapat tambahan:

أَكْثِرُوا ذِكْرَ هَاذِمِ اللَّذَّاتِ : الْمَوْتَ , فَإِنَّهُ لَمْ يَذْكُرْهُ أَحَدٌ فِيْ ضِيْقٍ مِنَ الْعَيْشِإِلاَّ وَسَّعَهُ عَلَيْهِ , وَلاَ ذَكَرَهُ فِيْ سَعَةٍ إِلاَّ ضَيَّقَهَ عَلَيْهِ

"Perbanyaklah mengingat pemutus kenikmatan, yaitu kematian. Karena sesungguhnya tidaklah seseorang mengingatnya di waktu sempit kehidupannya, kecuali (mengingat kematian) itu melonggarkan kesempitan hidup atas orang itu. Dan tidaklah seseorang mengingatnya di waktu luas (kehidupannya), kecuali (mengingat kematian) itu menyempitkan keluasan hidup atas orang itu). (Shahih Al Jami'ush Shaghir, no. 1.222, Shahih At Targhib, no. 3.333).

Dengan mengingat maut dengan sendirinya akan menimbulkan ketidak senangan terhadap dunia yang sarat dengan tipu daya dan mendorong manusia untuk melakukan persiapan bagi kehidupan di akherat. Sedangkan kelalaian terhadap maut akan mendorong manusia untuk tenggelam dalam nafsu duniawi. Nabi SAW bersabda "*kematian adalah hadiah yang sangat berharga bagi orang yang beriman*". (HR Muslim). Dunia ibarat sebuah penjara bagi orang yang beriman artinya ia akan terus menerus berada dalam situasi dan kondisi yang sulit akan menyiksa jiwanya karna perjuanganya dan penolakannya terhadap nafsunya sendiri. [26]

[26] Abdul Ghoni Asyukur terjemahan dari Al Ghozali, *Menyingkap Rahasia Alam Barzah*, (Jakarta:

Kematian adalah keterbebasan jiwa dan menjadi yang tak ternilai.Arti dalam hakekat kematian adalah hatinya dapat petunjuk illahi yang disertai pada tiap perilakunya, sehingga arah hidupnya akan terarah dan tertuju pada akhirat belaka. dengan demikian segala macam bencana, malapetaka, cobaan dan godaan hidup akan sirna dengan menghayati akan hakekat kematian itu dalam kehidupan sehari-hari.

- **Hadis tentang muhasabah/introspeksi diri**

حَاسِبُوا أَنْفُسَكُمْ قَبْلَ أَنْ تُحَاسَبُوا، وَتَزَيَّنُوا لِلْعَرْضِ الأَكْبَرِ

"Diriwayatkan dari Umar bin al-Khaththab, beliau mengatakan,"Koreksilah diri kalian sebelum kalian dihisab dan berhiaslah (dengan amal shalih) untuk pagelaran agung (pada hari kiamat kelak)". (HR. Tirmidzi)

Muhasabah sendiri berasal dari kata hasiba yang berarti meng-hisab atau menghitung. Muhasabah di identikkan dengan menilai diri sendiri, mengealuasi, atau introspeksi diri dengan mengacu kepada Al quran dan hadis nabi sebagai dasar penilaian bukan berdasarkan keinginan diri sendiri, inilah yang menjadikan muhasabah penting untuk di amalkan manusia dalam menjalani kehidupan, sehingga ia dapat bercermin dari apa yang telah terlewatkan, melakukan evaluasi dan koreksi terhdap apa yang pernah di perbuat, mengambil hikmah dan pelajaran darinya, serta mempersiapkan sesuatu yang jauh lebih baik dan bermanfaan untuk masa depan.[27]Mengintrospeksi diri memiliki beberapa faedah, yaitu:

1. Musibah terangkat dan hisab di ringankan.
2. Hati lapang terhadap kebaikan dan mengutamakan akhirat dari pada dunia.
3. Memperbaiki hubungna diantara sesama manusia.
4. Terbebas dari sifat munafik.

Salah satu bentuk evaluasi diri yang paling berguna adalah menyendiri untuk melakukan muhasabah dan mengoreksi berbagai amalan yang telah dilakukan.Jika hal ini dilakukan, niscaya orang yang melaksanakannya akan beruntung. Bukanlah sebuah aib untuk rujuk kepada kebenaran, karena musibah sebenarnya adalah ketika terus-menerus melakukan kebatilan.[28]

CV Bintang Pelajar, 1987), h. 39

[27] Saefuddin Bachrun, *Manajemen Muhasabah Diri: 8 Kiat Merencanakan Kesuksesan dan kebahagiaan dalam Hidup Anda*, (Bandung: Mizan, 2011), h. 19.

[28] Saiful Islam Mubarak, *Muhasabah Menurut Alquran dan Sunnah*, (Bandung: Ma'had Al qur'an Press, 1999), h. 79.

b. Hadis yang terkait dengan komunikasi Interpersonal (antar pribadi)

- *Falyakul khairan au liyasmut*

عن أبي هريرة رضي الله عنه أن رسول الله صلى لله عليه وسلم قال من كان يؤمن بالله واليوم الاخر فليقل خيراً أو ليصمت , ومن كان يومن بالله واليوم الاخر فليكرم جاره , ومن كان يؤمن بالله واليوم الاخر فليكرم ضيفه

Dari Abu Hurairah radhiyallahu anhu, sesungguhnya Rasulullah Shallallahu ‘alaihi wa Sallam telah bersabda : *“Barang siapa yang beriman kepada Allah dan hari akhirat, maka hendaklah ia berkata baik atau diam, barang siapa yang beriman kepada Allah dan hari akhirat, maka hendaklah ia memuliakan tetangga dan barang siapa yang beriman kepada Allah dan hari akhirat, maka hendaklah ia memuliakan tamunya*”. (Bukhari no. 6018, Muslim no. 47).

Adapun sabda Nabi Shallallahu ‘alaihi wa Sallam *“maka hendaklah ia berkata baik atau diam”*, menunjukkan bahwa perkataan yang baik itu lebih utama daripada diam, dan diam itu lebih utama daripada berkata buruk. Demikian itu karena Rasulullah Shallallahu ‘alaihi wa Sallam dalam sabdanya menggunakan kata-kata “hendaklah untuk berkata benar” didahulukan dari perkataan “diam”. Berkata baik dalam Hadits ini mencakup menyampaikan ajaran Allah dan rasul-Nya dan memberikan pengajaran kepada kaum muslim, amar ma’ruf dan nahi mungkar berdasarkan ilmu, mendamaikan orang yang berselisih, berkata yang baik kepada orang lain. Dan yang terbaik dari semuanya itu adalah menyampaikan perkataan yang benar di hadapan orang yang ditakuti kekejamannya atau diharapkan pemberiannya.

- Man roa minkum munkaron

من رأى منكم منكرا، فليغيره بيده، فإن لم يستطعفبلسانه، فإن لم يستطع فبقلبه، وذلك أضعف الإيمان

Diriwayatkan oleh Imam Muslim dari Sahabat Abu Said Alkhudry ra. Biasanya diterjemahkan dengan *“barangsiapa diantara kalian melihat kemunkaran, maka rubahlah dengan tangannya, lalu jika tidak bisa maka dengan lidahnya, lalu jika tidak bisa maka dengan hatinya, dan ini adalah selemah-lemah iman.”* (HR. Muslim dalam kitab al-iman, 2/27, no. 49).

Allah telah mengutus nabinya untuk memperbaiki alam dan menegakkan segala macam kemaslahatan bagi hamba. Agama adalah perintah dan laranga ia memerintahkan kebaikan dan melarang kejelekan, agama itu tidak mencukupkan diri dengan satu sisi sementara yang lainnya ditinggalkan. Syariat Islam datang untuk mewujudkan kemaslahata dan menyempurnakannya dan mengurangi berbagai kerusakan dan memberikan peringatan kepada umat agar meninggalkannya.[29]

[29] Fawwaz bin Hulayyil as-Suhaimi, *Begini Seharusnya Berdakwah*, (Bekasi: Darul Haq, 2005), h.107

- Janganlah memberikan nasihat kepada penguasa secara terang-terangan hendaklah dia mengajaknya berduaan

مَنْ أَرَادَ أَنْ يَنْصَحَ لِذِيْ سُلْطَانٍ فَلاَ يُبْدِهِ عَلاَنِيَةً وَلَكِنْ لِيَأْخُذْ بِيَدِهِ فَيَخْلُوْ بِهِ فَإِنْ قَبِلَ مِنْهُ فَذَاكَ وَإِلاَّ كَانَ قَدْ أَدَّى الَّذِيْ عَلَيْهِ

"Barang siapa ingin menasihati seorang penguasa maka jangan ia tampakkan terang-terangan, akan tetapi hendaknya ia mengambil tangan penguasa tersebut dan menyendiri dengannya. Jika dengan itu, ia menerima (nasihat) darinya maka itulah (yang diinginkan, red.) dan jika tidak menerima maka ia (yang menasihati) telah melaksanakan kewajibannya." (Sahih, HR. Ahmad, Ibnu Abu 'Ashim).

Inilah jalan yang lurus sesuai dengan manhaj *Ahlus Sunnah wa al-jama'ah* terhadap penguasa, yaitu sikap lemah lembut dan mendudukkan mereka pada kedudukan yang layak kala memberikan nasihat dan penjelasan. Jadi, cara menasehati pemimpin kaum muslimin adalah dengan cara taat dan mendengarkannya, mendudukkannya pada tempat kedudukannya dan menasehatinya secara sembunyi-sembunyi dengan lemah lembut karena hal itu akan mendorong untuk diterimanya nasihat dan lebih menarik hati manusia, tanpa menjadikan mereka pergi atau menentang secara ucapan ataupun perbuatan.

- Janganlah suka mencela, melaknat dan berkata kasar

لَيْسَ الْمُؤْمِنُ بِالطَّعَّانِ، وَلَا اللَّعَّانِ، وَلَا الفَاحِشِ، وَلَا البَذِءِ

"Bukanlah seorang mu'min, orang yang suka mencela, orang yang suka melaknat dan orang yang suka berkata-kata kasar dan juga berkata-kata kotor." (hadīts yang ke-22 dari hadīts dari Ibnu Mas'ūd radhiyallāhu 'anhu secara marfu').

Dalam hadits ini kita perhatikan Rasulullah shallallahu 'alayhi wa sallam mengkaitkan antara akhlaq yang mulia dengan lisan yang kotor. Seakan-akan bahwasanya kalau anda ingin menjadi orang yang berakhlaq yang mulia jangan memiliki lisan yang kotor. Oleh karenanya diantara barometer yang paling kuat untuk menilai seorang itu akhlaqnya mulia atau tidak adalah dengan melihat lisannya, karena lisan itu ungkapan hati.

Kalau seorang terbiasa (membiasakan) berkata-kata baik, ini bisa dilatih, maka dia akan terbiasa mengucapkan kata-kata yang baik. kalau seseorang biasa menahan dirinya untuk tidak mencela orang lain maka lisānnya akan terbiasa. Tapi kalau dia biarkan lisānnya, terbiasa untuk mencela, terbiasa merendahkan, terbiasa berkata kotor maka lisānnya akan terbawa kepada hal tersebut. Oleh karenanya seorang harus berusaha untuk menjaga lisānnya jangan sampai dia menjadi seorang yang suka melaknat dan mencela dan merendahkan orang lain, berkata-kata kotor.

c. Hadis yang terkait dengan komunikasi kelompok

- Ballighu 'ani walau ayat.

بَلِّغُوا عَنِّى وَلَوْ آيَةً

"sampaikanlah dariku walau hanya satu ayat", (HR. Bukhari)

Hadis di atas terkandung makna perintah untuk menyampaikan ilmu dengan pemahaman yang baik, meskipun ia hanya mendapatkan satu hadits saja. Apabila seorang pendakwah hanya memiliki hafalan ilmu yang mantap, maka ia hanya boleh menyampaikan sekadar hafalan yang ia dengar. Adapun apabila ia termasuk *ahlul hifzh wal fahm* (punya hafalan ilmu dan pemahaman yang bagus), ia dapat menyampaikan dalil yang ia hafal dan pemahaman ilmu yang ia miliki.

- Hadis mendidik anak di dalam kelompok kecil seperti di dalam keluarga.

حَدَّثَنَا مُؤَمَّلُ بْنُ هِشَامٍ يَعْنِي الْيَشْكُرِيَّ حَدَّثَنَا إِسْمَعِيلُ عَنْ سَوَّارٍ أَبِي حَمْزَةَ قَالَ أَبُو دَاوُد وَهُوَ سَوَّارُ بْنُ دَاوُدَ أَبُو حَمْزَةَ الْمُزَنِيُّ الصَّيْرَفِيُّ عَنْ عَمْرِو بْنِ شُعَيْبٍ عَنْ أَبِيهِ عَنْ جَدِّهِ قَالَ ,قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مُرُوا أَوْلَادَكُمْ بِالصَّلَاةِ وَهُمْ أَبْنَاءُ سَبْعِ سِنِينَ وَاضْرِبُوهُمْ عَلَيْهَا وَهُمْ أَبْنَاءُ عَشْرٍ وَفَرِّقُوا بَيْنَهُمْ فِي الْمَضَاجِعْ

Artinya: "Berkata Mu'ammal ibn Hisyam Ya'ni al Asykuri, berkata Ismail dari Abi Hamzah, berkata Abu Dawud dan dia adalah sawwaru ibn Dawud Abu Hamzah Al Muzanni Al Shoirofi dari Amru ibn Syu'aib dari ayahnya dari kakeknya berkata, berkata Rasulullah SAW: Suruhlah anakmu melakukan sholat ketika berumur tujuh tahun. Dan pukullah mereka karena mereka meninggalkan sholat ketika berumur sepuluh tahun. Dan pisahlah mereka (anak laki-laki dan perempuan) dari tempat tidur."*(H.R. Abu Dawud)*[30]

d. Hadis tentang seorang suami adalah pemimpin di keluarganya.

كُلُّكُمْ رَاعٍ، وَكُلُّكُمْ مَسْؤُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ، وَالْأَمِيْرُ رَاعٍ، وَالرَّجُلُ رَاعٍ عَلَى أَهْلِ بَيْتِهِ، وَالْمَرْأَةُ رَاعِيَةٌ عَلَى بَيْتِ زَوْجِهَا وَوَلَدِهِ، فَكُلُّكُمْ رَاعٍ، وَكُلُّكُمْ مَسْؤُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ

"Kamu sekalian adalah pemimpin, dan kamu sekalian bertanggung jawab atas

[30] Abu Dawud, *Sunan Abu Dawud* , (Al Maktabah As Syamilah: As Sholat), hal. 418.

orang yang dipimpinnya. Seorang Amir (raja) adalah pemimpin, seorang suami pun pemimpin atas keluarganya, dan isteri juga pemimpin bagi rumah suaminya dan anak-anaknya. Kamu sekalian adalah pemimpin dan kamu sekalian akan diminta pertanggungjawabannya atas kepemimpinannya."[31] (HR. Bukhari).

Seorang suami harus berusaha dengan sungguh-sungguh untuk menjadi suami yang shalih, dengan mengkaji ilmu-ilmu agama, memahaminya serta mengamalkan apa-apa yang diperintahkan oleh Allah 'Azza wa Jalla dan Rasul-Nya, serta menjauhkan diri dari setiap yang dilarang oleh Allah 'Azza wa Jalla dan Rasul-Nya. Kemudian dia mengajak dan membimbing sang isteri untuk berbuat demikian juga, sehingga anak-anaknya akan meneladani kedua orang tuanya karena tabiat anak memang cenderung untuk meniru apa-apa yang ada di sekitarnya.Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam mendidik anak, di antaranya:[32]

1. Mendidik anak dengan cara-cara yang baik dan sabar agar mereka mengenal dan mencintai Allah, yang menciptakannya dan seluruh alam semesta, mengenal dan mencintai Rasulullah shallallaahu 'alaihi wa sallam, yang pada diri beliau terdapat suri tauladan yang mulia, serta agar mereka mengenal dan memahami Islam untuk diamalkan.
2. Pada usia balita (sekitar 2-5 tahun), kita ajarkan kepada mereka kalimat-kalimat yang baik serta bacaan Al-Qur-an, sebagaimana yang dicontohkan oleh para Shahabat dan generasi Tabi'in dan Tabi'ut Tabi'in, sehingga banyak dari mereka yang sudah hafal Al-Qur-an pada usia sangat belia.
3. Perhatian terhadap shalat juga harus menjadi prioritas utama bagi orang tua kepada anaknya. Shalat merupakan tiang agama, jika seseorang melalaikannya niscaya agama ini tidak bisa tegak pada dirinya. Shalat ini pulalah yang pertama kali akan dihisab oleh Allah di akhirat. Untuk itulah, hendaknya orang tua dengan tiada bosan senantiasa memberikan contoh dengan shalat di awal waktu dengan berjama'ah di masjid, mengajaknya serta menanyakan kepada anaknya apakah dia telah menunaikan shalatnya ataukah belum.
4. Perhatian orang tua kepada anaknya juga dalam hal akhlaknya. Anak harus diajarkan akhlak yang mulia, jujur, berkata baik dan benar, berlaku baik kepada keluarga, saudara, tetangga, juga menyayangi yang lebih kecil serta menghormati yang lebih tua, dan yang harus menjadi penekanan utama adalah akhlak (berbakti) kepada orang tua.
5. Juga perlu diperhatikan teman pergaulan anaknya, karena sangat bisa jadi pengaruh jelek temannya akan berimbas pada perilaku dan akhlak anaknya.
6. Berdo'a kepada Allah 'Azza wa Jalla pada waktu-waktu yang mustajab Di samping ikhtiar yang dilakukan untuk menjadikan isterinya sebagai

[31] Hadits shahih: Diriwayatkan oleh al-Bukhari (no. 893, 5188, 5200), Muslim (no. 1829), Ahmad (II/5, 54, 111) dari Ibnu 'Umar radhi-yallaahu 'anhuma. Lafazh ini milik al-Bukhari.

[32] Al-Halwani, Aba Firdaus, *Melahirkan Anak Saleh*, (Yogyakarta: Mitra Pustaka, 1999), h. 67

isteri yang shalihah, hendaknya sang suami juga memanjatkan do'a kepada Allah 'Azza wa Jalla pada waktu-waktu yang mustajab (waktu terkabulkannya do'a), seperti sepertiga malam yang terakhir, agar keluarganya dijadikan keluarga yang sakinah, mawaddah wa rahmah, agar dia, isterinya, dan anak-anaknya dijadikan orang-orang yang shalih dan shalihah.

- Setiap Nabi dan Rasul diwajibkan untuk mengajak kepada kebaikan

إِنَّهُ لَمْ يَكُنْ نَبِيٌّ قَبْلِي إِلَّا كَانَ حَقًّا عَلَيْهِ أَنْ يَدُلَّ أُمَّتَهُ عَلَى خَيْرِ مَا يَعْلَمُهُ لَهُمْ وَيُنْذِرَهُمْ شَرَّ مَا يَعْلَمُهُ لَهُمْ.رواه مسلم

"Sesungguhnya tidak pernah ada Nabi sebelumku kecuali wajib atasnya untuk memberitahukan umatnya atas segala kebaikan yang dia ketahui untuk mereka, dan memperingatkan mereka dengan segala keburukan yang dia ketahui untuk mereka," (HR. Muslim).

Hadis ini menujukkan bahwa para Nabi diperintahkan untuk menunjuki umatnya segala kebaikan untuk mereka lakukan dan mengajarkan mereka segala bentuk kejelekan untuk dihindari,dan diantara sejumlah keburukan yang disampaikan para Nabi adalah datangnya fitnah akhir zaman bagaikan gelombang lautan yang harus diketahui umat dan faham cara mengantisipasinya.Dari keterangan di atas maka misi Nabi Muhammad diutus adalah sebagai sosok guru yang mengajari dan mensucikan umat dari segala kesesatan. Maka ilmu yang benar dan amal sholeh adalah penyebab hidayah dan keistiqomahan bagi manusia.

- Mengajak umat bersegera beramal sholeh

بَادِرُوا بِالْأَعْمَالِ فِتَنًا كَقِطَعِ اللَّيْلِ الْمُظْلِمِ يُصْبِحُ الرَّجُلُ مُؤْمِنًا وَيُمْسِي كَافِرًا أَوْ يُمْسِي مُؤْمِنًا وَيُصْبِحُ كَافِرًا يَبِيعُ دِينَهُ بِعَرَضٍ مِنْ الدُّنْيَا.رواه مسلم

"Bersegeralah beramal sebelum munculnya fitnah yang datang bagaikan potongan-potongan malam yang gelap, seseorang dipagi harinya beriman dan disorenya telah menjadi kafir, atau sorenya masih beriman dan pagi harinya telah menjadi kafir, menjual agamanya dengan gemerlap dunia. (HR Muslim).

Islam juga menggambarkan cara untuk membentuk masyarakat insani yang utama dan ideal. Dan untuk itu, Islam menyiapkan semangat yang kondusif untuk pertumbuhan yang sehat dan pendidikan yang baik, sebagaimana Islam juga menyiapkan kesempatan-kesempatan yang memungkinkannya untuk sanggup memperlihatkan kemampuan-kemampuannya yang tersimpan. Manusia beribadah sebagai wujud ketaqwaannya kepada Allah swt, karena dia menyadari dan

mengetahui bahwa alam sekitar diciptakan untuknya, adapun dia maka tercipta untuk Allah semata, dengan demikian ia mengetahui tujuan hidupnya dan rahasia keberadaannya.

Beribadah kepada Allah semata tidak ada sekutu bagi-Nya, merupakan tujuan akhir dari segala tujuannya, maka untuknyalah ia tercipta dan karena ditundukkan untuknya apa yang ada di langit dan apa yang ada di bumi. Bagi orang yang berakal, tentu dia mengerti siapa yang harus ditaati, Kepada siapa dia harus mengorientasikan segala aktivitasnya dalam kehidupannya, ketika berbuat dosa, maka Dia Tuhan yang akan menerima tobatnya, kepada sang Pencipta seseorang akan kembali, janganlah berputus asa akan rahmat-Nya. Hendaklah mensyukurinya, dengan begitu dia akan dicatat sebagai orang yang cinta kepada-Nya. Hal itu kemudian ditegaskan lagi oleh Allah, dengan menerangkan bahwa kemenangan dan kebahagiaan hanyalah bisa diperoleh oleh perkara tersebut. Oleh karenanya, barangsiapa tidak melakukannya, maka ia bakal menemui berbagai macam penderitaan, kelak dihari kiamat yang sulit dilukiskan.[33]

e. Hadis yang terkait dengan komunikasi massa

- Larangan menyebarkan berita bohong/*hoax*

كَفَى بِالْمَرْءِ كَذِبًا أَنْ يُحَدِّثَ بِكُلِّ مَا سَمِعَ

"Cukuplah seseorang dikatakan sebagai pendusta apabila dia mengatakan semua yang didengar."(HR. Muslim no.7)

Janganlah kita tergesa-gesa menyebarkan berita tersebut, karena sikap seperti ini hanyalah berasal dari setan. Rasulullah *shallallahu 'alaihi wa sallam* bersabda :

التَّأَنِّي مِنَ اللهِ , وَالْعَجَلَةُ مِنَ الشَّيْطَانِ

"Ketenangan datangnya dari Allah, sedangkan tergesa-gesa datangnya dari setan" (HR Al Baihaqi).[34]

Allah Ta'ala memerintahkan kita untuk memeriksa suatu berita dengan teliti, yaitu mencari bukti-bukti kebenaran berita tersebut. Hal ini bisa dilakukan dengan menelusuri sumber berita, atau bertanya kepada orang yang lebih mengetahui hal itu.Oleh karena itu, sungguh saat ini kita sangat perlu memperhatikan ayat ini. Suatu zaman di mana kita mudah untuk men-*share* suatu *link* berita, entah berita dari status *facebook* teman, entah berita *online,* dan sejenisnya, lebih-lebih jika berita tersebut berkaitan dengan kehormatan saudara muslim atau berita

[33] Imam Nawawi, *Nasihat-nasihat bagi untuk Para Hamba*, (Bandung: Irsyad Baitus salam, 2005), h. 232-233.

[34] HR. Al-Baihaqi dalam *As-Sunan Al-Kubra* 10/104 dan Abu Ya'la dalam *Musnad*-nya 3/1054.

yang menyangkut kepentingan masyarakat secara luas**.** Betapa sering kita jumpai, suatu berita yang dengan cepat menjadi viral di media sosial, di-*share* oleh ribuan *netizen,* namun belakangan diketahui bahwa berita tersebut tidak benar. Sayangnya, klarifikasi atas berita yang salah tersebut justru sepi dari pemberitaan.

- Larangan menyampaikan berita mengandung provokasi.

إِنَّ الشَّيْطَانَ قد أَيِسَ أَنْ يَعْبُدَهُ الْمُصَلُّونَ فِي جَزِيرَةِ الْعَرَبِ، وَلَكِنْ فِي التَّحْرِيشِ بَيْنَهُمْ

"Sesungguhnya setan telah putus asa membuat orang-orang yang shalat menyembahnya di Jazirah Arab. Namun setan masih bisa melakukan tahrisy di antara mereka." (HR. Muslim) no. 2812).

Tahrisy termasuk *namimah (*pelaku *namimah*) adalah orang yang menukil perkataan dari satu orang ke orang lain atau antara dua orang untuk menimbulkan gangguan pada salah satunya, atau memprovokasi salah satu dari mereka terhadap yang lain atau terhadap temannya. Yaitu dengan mengatakan: 'si Fulan mengatakan tentang kamu demikian dan demikian'Contohnya, si A berkomunikasi dengan B via whatsapp, lalu B menyebutkan sesuatu yang kurang bagus tentang C. A lalu screenshot chat dari B tersebut kemudian di kirim kepada C, ini *namimah*!

Tahrisy atau provokasi pada dasarnya menyampaikan informasi baik kata-kata maupun tulisan yang bertujuan untuk memanas-manasi, atau menimbulkan ketakutan dan keresahan dalam masyarakat tertentu serta mengarahkan mereka agar bertindak sesuai harapan provokator (pemicu provokasi). Dengan demikian pada umumnya provokasi berdampak negatif baik kesalahpahaman, maupun permusuhan dan peperangan.

Perilaku Tahrisy atau provokator bukan saja meresahkan dan menyusahkan secara individual namun bisa mengancam ketenteraman dan kedamaian hidup masyarakat, bahkan bisa membahayakan keselamatan negara. Karena itu provokator yang membahayakan masyarakat banyak atau negara dapat dikategorikan sebagai pemberontak. Mengingat bentuk dan berat ringan hukumannya tidak ditentukan secara tekstual, maka para ulama berbeda pendapat mengenai sanksi pidana (*jarimah*) bagi provokator. [35]

Penutup

A. Kesimpulan

Hadis merupakan segala perkataan nabi, perbuatan dan hal ihwalnya. Sedangkan komunikasi merupakan proses penyampaian pesan yang disampaikan oleh seseorang kepada orang lain yang menimbulkan efek tertentu. Hadis tentang komunikasi memiliki makna bahwa hadis tersebut mengandung pembahasan

[35] Haddad, Imam Habib Abdullah, *Nasehat Agama dan Wasiat Iman*, (Semarang: CV Toha Putra, 1993), h. 54

tentang tata cara komunikasi yang dianjurkan oleh Rasulullah serta di dalamnya juga terkandung juga larangan mengenai komunikasi yang tidak dianjurkan.

Hadis tentang komunikasi yang telah dibahas yaitu hadis tentang komunikasi intrapersonal, komunikasi intrapersonal, komunikasi kelompok dan komunikasi massa. Hadis yang mengandung bentuk-bentuk komunikasi tersebut memiliki makna bahwa dalam berkomunikasi memiliki aturan-aturan yang sudah jelas tertulis di dalam Hadis nabi. Maka dari itu setiap manusia wajib mengikuti anjuran-anjuran cara berkomunikasi yang telah di ajarkan oleh Rasulullah SAW agar mendapat keselamatan di dunia dan akhirat.

Daftar Pustaka

Abu Dawud, *Sunan Abu Dawud* , (Al Maktabah As Syamilah: As Sholat).

Akmal Latif, Syahru. 2017, l *Sosiologi Qur'ani dan Revolusi Mental*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Albani, *Sahih al Jami' al Saghir wa al Ziyādātuhu*, (t.t: Maktab al Islamy, Juz I, t.th).

Al-Halwani, Aba Firdaus. 1999, *Melahirkan Anak Saleh*, Yogyakarta: Mitra Pustaka.

Bachrun, Saefuddin.2011, *Manajemen Muhasabah Diri: 8 Kiat Merencanakan Kesuksesan dan kebahagiaan dalam Hidup Anda*, Bandung: Mizan.

Cangara, Hafied. 2003, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Ghoni Asyukur, Abdul. 1987, terjemahan dari Al Ghozali, *Menyingkap Rahasia Alam Barzah*, Jakarta: CV Bintang Pelajar.

Hadits shahih: Diriwayatkan oleh al-Bukhari (no. 893, 5188, 5200), Muslim (no. 1829), Ahmad (II/5, 54, 111) dari Ibnu 'Umar radhi-yallaahu 'anhuma. Lafazh ini milik al- Bukhari.

Hariadi Samsi, Sunnaru. 2011, *Dinamika Kelompok, teori dan sikap mengaplikasikannya untuk analisis keberhasilan kelompok tani sebagai unit belajar, kerjasama produksi dan bisnis*, Yogyakarta: Sekolah Pascasarjana Universitas Gajah Mada.

Hermawan, Agus. 2012, *Komunikasi Pemasaran*, Malang: PT Gelora Aksara Pratama.

Hulayyil as-Suhaimi, Fawwaz bin. 2005, *Begini Seharusnya Berdakwah*, Bekasi: Darul Haq.

HR. Al-Baihaqi dalam *As-Sunan Al-Kubra* 10/104 dan Abu Ya'la dalam *Musnad*-nya 3/1054.

Imam Habib Abdullah, Haddad. 1993, *Nasehat Agama dan Wasiat Iman*, Semarang: CV Toha Putra

Islam Mubarak, Saiful. 1999, *Muhasabah Menurut Alquran dan Sunnah*, Bandung: Ma'had Al qur'an Press.

Komala, Lukiati. 2009, *Ilmu Komunikasi Perspektif Proses dan Konteks*, Bandung: Widya Padjajaran.

Maarif, Zainul. 2016, *Logika Komunikasi*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

M. Jalaluddin Mahfudz, *Psikologi Anak dan Remaja* (t.t.: Pustaka Al-Kautsar, t.t.)

Mulyana, Deddy. 2008, *Ilmu Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Nawawi, Imam, 2005, *Nasihat-nasihat bagi untuk Para Hamba*, Bandung: Irsyad Baitus salam.

Oxford Dictionary of English. 2012, Oxford: Oxford University Press.

Pawito. 2007*, Penelitian Komunikasi Kualitatif*, Yogyakarta: PT LKS Pelangi Aksara.

Rahmat, Jalaluddin. 1992, *Islam Aktual*, Bandung: Penerbit Mian.

Rochim, Achluddin. 2010, Komunikasi Sosial Pembangunan, Surabaya: LP21

Sahrul. 2014, *Filsafat Dakwah*, Medan: Perdana Mulya Sarana.

Santosa, Slamet. 2004, *Dinamika Kelompok*, Jakarta: Bumi Aksara.

Suparta, Munzier. 2002, Ilmu Hadis, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Suryadilaga, M Alfatif. 2010, *Ulumul Hadis*, Yogyakarta: Teras.

Uchjana Effendy, Onong. 1999, *Ilmu Komunikasi Teori dan praktek*, Bandung: Remaja Rosdakarya.

Uchjana Effendy, Onong. 2014, *Dinamika Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Yusuf Musa, Muhammad. 2005, *Al Madkhal Li Dirasat Al Fiqhi Al Islamy*, Bairut: DarAl Fikri Al Araby.

Zain Pieters, Herri. 2012, *Pengantar Komunikasi dan Konseling Praktik Kebidanan*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

.

.

Biodata Penulis

Nama	:	**Abrar Adhani**
Lahir	:	P.Siantar, 11 nopember 1978
Alamat	:	jln. platina 1 gg. Inpres no.64 kel.titipapan medan deli.
Pekerjaan	:	dosen tetap FISIP UMSU

PERKEMBANGAN PERDAGANGAN ELEKTRONIK (*E-COMMERCE*) DALAM PERSPEKTIF KOMUNIKASI ISLAM

Mucklis

PENDAHULUAN

Pengetahuan merupakan perihal yang mampu memunculkan kemungkinan berbagai ide-ide dan rekayasa akan berbagai hal. Sedangkan teknologi merupakan aplikasi atau terapan ilmu yang ditunjukkan dalam hasil nyata yang dapat mendorong manusia untuk berkembang lebih baik lagi melalui hal yang lebih canggih. Pengetahuan serta teknologi adalah dua hal yang satu sama lain tidak dapat dipisahkan.

Umat Islam harus sadar bahwa dasar filosofis untuk pengembangan ilmu dan teknologi itu dapat dikaji dalam Alquran, sebab Alquran banyak memberikan keterangan-keterangan mengenai ilmu pengetahuan serta teknologi. Di dalam kandungan Quran banyak terdapat banyak hal mengenai alam semesta, beberapa ulama ada yang menyebutkan hingga 750 ayat mengenai alam dan segala perihal mengenainya. Perintah manusia untuk memelihara dan memanfaatkan alam merupakan beberapa hal yang terkandung di dalam Alquran tersebut. Menurut Surat Al-Jatsiyah 45 : 13, secara tegas dan berulang Quran menyebutkan bahwa alam semesta diciptakan dan ditundukkan Allah untuk umat manusia.

Didalam kehidupan manusia media berbasis online memiliki peran besar, hal ini terdapat dalam bentuk kecanggihan teknologi informasi dan komunikasi. Perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat telah merambah berbagai sektor termasuk perdagangan. Di era digital, masyarakat menyadari teknologi komunikasi merupakan salah satu alat yang penting untuk mengatasi cepatnya penyebaran informasi. Di dunia maya telah terjadi Globalisasi yang sempurna, karenanya antar bagian komunitas digital sudah terhubung satu sama lain.

Pada masa sekarang teknologi informasi alami perkembangan yang sangat pesat di beberapa tahun terakhir. Hal ini berdampak pada sebagian besar aspek kehidupan, termasuk perihal bisnis. Perkembangan menimbulkan istilah-istilah baru bagi kita yang mungkin tidak asing lagi, seperti *e-commerce*, *e-business, e-book*, *e-banking*, dan lain sebagainya.

Beberapa konsep bisnis dalam hal memanfaatkan teknologi, *e-business* merupakan sorotan bisnis yang akan terus berkembang secara cepat dan luas. Perihal *e-commerce* sendiri memiliki dampak yang besar dalam bisnis, terutama

perihal marketing perusahaan. E-commerce memiliki daya tarik yang kuat sehingga banyak orang atau organisasi tertarik untuk menjalankan bisnis tersebut.

Angka mobilitas manusia yang tinggi menuntut dunia perdagangan memenuhi kebutuhan akan jasa dan barang secara cepat sesuai permintaan konsumen. Oleh karena itu, *e-commerce* hadir untuk memenuhi kebutuhan tersebut. E-commerce menjadi penghubung antara penyedia jasa atau barang dengan konsumen. Melalui *e-commerce*, setiap pribadi memiliki kesempatan dan peluang yang sama untuk berhasil dan bersaing dalam dunia bisnis di dunia maya. Pada kesempatan kali ini penyusun akan menelaah lebih dalam mengenai *e-commerce*.

Dengan perkembangan teknologi informasi saat ini, telah menciptakan jenis-jenis dan peluangpeluang bisnis yang baru di mana transaksi-transaksi bisnis makin banyak dilakukan secara elektronika. Sehubungan dengan perkembangan teknologi informasi tersebut memungkinkan setiap orang dengan mudah melakukan perbuatan hukum seperti misalnya melakukan jual-beli. Perkembangan internet memang cepat dan memberi pengaruh signifikan dalam segala aspek kehidupan kita.

Internet membantu kita sehingga dapat berinteraksi, berkomunikasi, bahkan melakukan perdagangan dengan orang dari segala penjuru dunia dengan murah, cepat dan mudah. beberapa tahun terakhir ini dengan begitu merebaknya media internet menyebabkan banyaknya perusahaan yang mulai mencoba menawarkan berbagai macam produknya dengan menggunakan media ini. Dan salah satu manfaat dari keberadaan internet adalah sebagai media promosi suatu produk. Suatu produk yang dionlinekan melalui internet dapat membawa keuntungan besar bagi pengusaha karena produknya di kenal di seluruh dunia.

Penggunaan internet tidak hanya terbatas pada pemanfaatan informasi yang dapat diakses melalui media ini, melainkan juga dapat digunakan sebagai sarana untuk melakukan transaksi perdagangan yang sekarang di Indonesia telah mulai diperkenalkan melalui beberapa seminar dan telah mulai penggunaannya oleh beberapa perusahaan yaitu *electronic commerce* atau yang lebih dikenal dengan *e-commerce*, yang merupakan bentuk perdagangan secara elektronik melalui media internet. *E-commerce* pada dasarnya merupakan suatu kontak transaksi perdagangan antara penjual dan pembeli dengan menggunakan media internet.

Jadi proses pemesanan barang dikomunikasikan melalui internet. Keberadaan *e-commerce* merupakan alternatif bisnis yang cukup menjanjikan untuk diterapkan pada saat ini, karena *e-commerce* memberikan banyak kemudahan bagi kedua belah pihak, baik dari pihak penjual (*merchant*) maupun dari pihak pembeli (buyer) di dalam melakukan transaksi perdagangan, meskipun para pihak berada di dua benua berbeda sekalipun. Dengan *e-commerce* setiap transaksi tidak memerlukan pertemuan dalam tahap negoisasi. Oleh karena itu jaringan internet ini dapat menembus batas geografis dan teritorial termasuk yurisdiksi hukumnya.

Definisi *E-commerce*

E-commerce merupakan suatu istilah yang sering digunakan atau didengar saat ini yang berhubungan dengan internet, dimana tidak seorangpun yang mengetahui jelas pengertian dari *e-commerce* tersebut. Berikut akan dipaparkan pengertian *e-commerce* menurut para ahli:

a. Perdagangan elektronik atau yang disebut juga *e-commerce*, adalah penggunaan jaringan komunikasi dan komputer untuk melaksanakan proses bisnis. Pandangan populer dari *e-commerce* adalah penggunaan internet dan komputer dengan browser Web untuk membeli dan menjual produk. McLeod Pearson (2008 : 59).
b. Menurut Shely Cashman (2007 : 83) E-commerce atau kependekan dari *electronik commerce* (perdagangan secara electronic), merupakan transaksi bisnis yang terjadi dalam jaringan elektronik, seperti internet. Siapapun yang dapat mengakses komputer, memiliki sambungan ke internet, dan memiliki cara untuk membayar barang-barang atau jasa yang mereka beli, dapat berpartisipasi dalam *e-commerce*.
c. Menurut Jony Wong (2010 : 33) pengertian dari electronic commerce adala pembelian, penjualan dan pemasaran barang serta jasa melalui sistem elektronik. Seperti radio, televisi dan jaringan komputer atau internet. Jadi pengertian *e-commerce* adalah proses transaksi jual beli yang dilakukan melalui internet dimana website digunakan sebagai wadah untuk melakukan proses tersebut.

Jenis *E-commerce*

E-commerce dibedakan menjadi beberapa jenis berdasarkan karakteristiknya yaitu:

1. *Business to Business* (B2B)

   Business to Business memiliki karakteristik:

   a. Trading partners yang sudah saling mengetahui dan antara mereka sudah terjalin hubungan yang berlangsung cukup lama. Informasi yang dimiliki hanya ditukar dengan partner tersebut.
   b. Pertukaran data dilakukan secara berulang-ulang dan berkala dengan format data yang telah disepakati bersama.
   c. Salah satu pelaku tidak harus menunggu rekan mereka lainnya untuk mengirimkan data.
   d Model yang umum digunakan adalah peer to peer, di mana *processing intelligence* dapat didistribusikan di kedua pelaku bisnis.

2. *Business to Consumer* (B2C)

   Business to Consumer memiliki karakteristik

a. Terbuka untuk umum, di mana informasi disebarkan secara umum pula dan dapat diakses secara bebas.
b. Servis yang digunakan bersifat umum, sehingga dapat digunakan oleh orang banyak. Sebagai contoh, karena sistem web sudah umum digunakan maka service diberikan dengan berbasis web.
c. Servis yang digunakan berdasarkan permintaan. Produsen harus siap memberikan respon sesuai dengan permintaan konsumen.
d. Sering dilakukan sistem pendekatan client-server.

3. *Consumer to Consumer* (C2C)

Dalam C2C seorang konsumen dapat menjual secara langsung barangnya kepada konsumen lainnya, atau bisa disebut juga orang yang menjual produk dan jasa ke satu sama lain. Contohnya adalah ketika ada perorangan yang melakukan penjualan di classified ads (misalnya,www.classified2000.com) dan menjual properti rumah hunian, mobil, dan sebagainya. Mengiklankan jasa pribadi di internet serta menjual pengetahuan dan keahlian merupakan contoh lain C2C. Sejumlah situs pelelangan memungkinkan perorangan untuk memasukkan item-item agar disertakan dalam pelelangan.

4. *Costumer to Busines* (B2C)

Customer to Busines adalah model bisnis dimana konsumen (individu) menciptakan nilai, dan perusahaan mengkonsumsi nilai ini. Sebagai contoh, ketika konsumen menulis review, atau ketika konsumen memberikan ide yang berguna untuk pengembangan produk baru, maka individu ini adalah yang menciptakan nilai bagi perusahaan, jika perusahaan tersebut mengadopsi input nya.

Sebagai contoh, Priceline.com merupakan situs yang memungkinkan seseorang menjual barang kepada perusahaan. Dalam hal ini, internet dapat digunakan sebagai sarana negosiasi.

Istilah – Istilah Dalam *E-commerce*

1. Digital atau *electronic cash*, metoda yang memungkinkan seseorang untuk membeli barang atau jasa dengan cara mengirimkan nomor dari satu komputer ke komputer yang lain.
2. Digital moneyterminologi global untuk berbagai *e-cash* dan mekanisme pembayaran elektronik di Internet.
3. Disintermediation proses untuk memotong jalur perantara.
4. Electronic checks pada saat ini sedang di ujicoba oleh CyberCash, sistem check elektronik seperti PayNow akan mengambil uang dari account check di bank.
5. Electronic wallet: Pola pembayaran – seperti CyberCash Internet Wallet, akan menyimpan nomor kartu kredit anda di harddisk anda dalam bentuk terenkripsi yang aman.

6. Extranet: sebuah kelanjutan dari intranet perusahaan yang mengkaitkan jaringan internal satu perusahaan dengan jaringan internal supplier mereka maupun pelanggan mereka.
7. Micropaymet: transaksi dalam jumlah kecil antara beberapa ratus rupiah hingga puluhan ribu rupiah, misalnya untuk mengambil / mengakses grafik, game maupun informasi.

Kelemahan Dan Kendala dalam *E-commerce*

Menurut survey yang dilakukan oleh CommerceNet para pembeli / pembelanja belum menaruh kepercayaan kepada *e-commerce*, mereka tidak dapat menemukan apa yang mereka cari di *e-commerce*, belum ada cara yang mudah dan sederhana untuk membayar. Di samping itu, surfing di *e-commerce* belum lancar betul, pelanggan *e-commerce* masih takut ada pencuri kartu kredit, rahasia informasi personal mereka menjadi terbuka, dan kinerja jaringan yang kurang baik. Umumnya pembeli masih belum yakin bahwa akan menguntungkan dengan menyambung ke Internet, mencari situs *shopping*, menunggu *download* gambar, mencoba mengerti bagaimana cara memesan sesuatu, dan kemudian harus takut apakah nomor kartu kredit mereka di ambil oleh *hacker*.

Tampaknya untuk meyakinkan pelanggan ini, *e-merchant* harus melakukan banyak proses pemandaian pelanggan. Walaupun demikian Gail Grant, kepala lembaga penelitian di CommerceNet meramalkan sebagian besar pembeli akan berhasil mengatasi penghalang tersebut setelah beberapa tahun mendatang.

Grant mengatakan jika saja pada halaman Web dapat dibuat label yang memberikan informasi tentang produk dan harganya, akan sangat memudahkan untuk search engine menemukan sebuah produk secara online. Hal tersebut belum terjadi memang karena sebagian besar *merchant* ingin agar orang menemukan hanya produk mereka tapi bukan kompetitornya apalagi jika ternyata harga yang diberikan kompetitor lebih murah. Untuk sistem bisnis-ke-bisnis, isu yang ada memang tidak sepelik di atas, akan tetapi tetap ada isu-isu serius. Seperti para pengusaha belum punya model yang baik bagaimana cara mensetup situs *e-commerce* mereka, mereka mengalami kesulitan untuk melakukan sharing antara informasi yang diperoleh online dengan aplikasi bisnis lainnya.

Masalah yang barangkali menjadi kendala utama adalah ide untuk sharing informasi bisnis kepada pelanggan dan supplier – hal ini merupakan strategi utama dalam sistem *e-commerce* bisnis ke bisnis. Kunci utama untuk memecahkan masalah adalah merchant harus menghentikan pemikiran bahwa dengan cara menopangkan diri pada Java applets maka semua masalah akan *solved*, padahal kenyataannya adalah sebetulnya *merchant* harus me-restrukturisasi operasi mereka untuk mengambil keuntungan maksimal dari *e-commerce*.

Grant mengatakan, "*Ecommerce is just like any automation – it amplifies problems with their operation they already had*."

Dampak Positif Dan Negatif Dalam E-Commerce

Dampak Positif

1. Meningkatkan supplier management.
2. Memperpendek waktu produksi.
3. Meningkatkan mata rantai pendapatan
4. Aliran pendapatan
5. Meningkatkan pangsa pasar
6. Menurunkan operating cost
7. Melebarkan global reach
8. Meningkatkan customer loyality.

Dampak negatifnya:

1. Kehilangan segi finansial secara langsung karena kecurangan.
2. Pencurian informasi rahasia yang berharga.
3. Kehilangan kesempatan bisnis karena gangguan pelayanan.
4. Penggunaan akses ke sumber oleh pihak yang tidak berhak.
5. Kehilangan kepercayaan dari para konsumen.
6. Kerugian yang tidak terduga.

Perlindungan Pembeli dan Penjual perihal E-Commerce

1. Pembeli:
    - Selidiki seberapa amannya situs penjual dengan mempelajari prosedur keamanan dan dengan membaca kebijakan privacy yang dimasukkan.
    - Pelajari jaminan untuk uang kembali, garansi, serta perjanjian perbaikan.
    - Bandingkan harganya dengan ditoko biasa. Harga yang sangat murah sangat tidak mungkin, dan mungkin melibatkan beberapa "jebakan".
    - Tanyalah teman mengenai apa yang diketahuinya. Carilah kesaksian dan pengesahan dalam situs komunitas serta papan buletin yang terkenal.
    - Carilah merek yang dapat dipercaya di berbagai situs seperti Wal-Mart Online, Disney Online, Amazon.com. Sebelum membeli pastikan bahwa situs tersebut asli dengan masuk secara langsung ke situs itu dan bulan dari link yang tidak dapat diverifikasi.
    - Cari alamat dan nomor telepon perusahaan yang situsnya belum anda kenali, beserta nomor faksnya. Hubungi dan lakukan tanya jawab dengan para karyawannya.
    - Periksalah penjual dari kamar dagang setempat atau Better Business Bureau(bbbonline.org). Carilah segel autentifikasi seperti TRUSTe.
    - Carilah apa saja hak anda bila terjadi masalah. Kolsultasi dengan lembaga perlindungan konsumen dan National Fraud Information Center (fraud.org).
    - Periksa consumerworld.org untuk daftar sumber yang dapat bermanfaat.

2. Penjual:

Perlindungan penjual lainnya berlaku khususnya untuk media elektronik : Penjual memiliki hak untuk menuntut secara hukum atas pelanggan yang dengan tanpa izin mendownload piranti lunak dan atau pengetahuan yang berhak cipta serta menggunakannya atau menjualnya ke orang lain. Para penjual online juga membutuhkan perlindungan. Mereka harus dilindungi dari pelanggan yang menolak untuk membayar dan yang membayar dengan cek kosong serta dari klaim pembeli bahwa barang dagangan tidak sampai. Mereka juga memiliki hak untuk dilindungi dari penggunaan nama mereka oleh pihak lain serta dilindungi dari penggunaan kata serta frase, slogan, dan alamat web milik mereka (perlindungan merek dagang). Fitur keamanan seperti autentikasi, nonrepudiasi, dan layanan escrow(wasiat yang disimpan pihak ketiga) memberikan perlindungan yang dibutuhkan.

Kerugian dan Keuntungan perihal E-Commerce

1. Keuntungan:
    a. Bagi Konsumen, efektif, aman secara fisik dan flexible.
    b. Bagi Masyarakat Umum, mengurangi polusi dan pencemaran lingkungan, membuka peluang kerja baru, menguntungkan dunia akademis, meningkatkan kualitas SDM.
    c. Bagi Perusahaan, memperpendek jarak, perluasan pasar, perluasan jaringan mitra bisnis dan efisiensi, dengan kata lain mempercepat pelayanan ke pelanggan, dan pelayanan lebih responsif, serta mengurangi biayabiaya yang berhubungan dengan kertas, seperti biaya pos surat, pencetakan, report, dan sebagainya sehingga dapat meningkatkan pendapatan.
2. Kerugian:
    a. Terkadang Menimbulkan Kekecewaan, apa yang dilihat dilayar monitor komputer kadang berbeda dengan apa yang dilihat secara kasat mata.
    b. Tidak manusiawi, sering sekali seseorang pergi ke toko & mall tidak sekedar ingin memuaskan kebutuhannya akan barang/ jasa tertentu, akan tetapi bisa juga untuk refreshing, ketemu teman dan keluarga dan sebagainya.
    c. Meningkatkan individualisme, pada perdagangan elektronik seseorang dapat bertransaksi dan mendapatan barang/jasa yang diperlukan tanpa bertemu dengan siapapun.

Pengertian Teknologi

Menurut Poerbahwadja Harahap, teknologi mengacu pada sebuah ilmu pengetahuan yang menyelidiki tentang cara kerja di bidang teknik, mengacu pada sebuah ilmu pengetahuan yang digunakan dalam pabrik ataupun industri tertentu.

Dimana definisi ini mengacu pada definisi praktis dari teknologi yang banyak ditemukan pada pabrik-pabrik dan industri tertentu.

Menurut seorang ahli teknologi bernama **Nasibit** mengatakan bahwa teknologi adalah sebuah benda dan juga sekaligus obyek berikut bahan dan wujud yang berbeda dibandingkan dengan manusia biasa.

Pendapat lain juga diungkapkan oleh **Miarso** yang menyatakan bahwa teknologi adalah suatu bentuk proses yang meningkatkan nilai tambah. Proses tersebut dapat menghasilkan suatu produk tertentu dimana produk yang bersangkutan tidak terpisah dari produk lain yang telah ada terlebih dulu. Teknologi menurutnya merupakan sebuah bagian integral yang terdapat dalam suatu sistem tertentu.

Sedangkan itu dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), teknologi memiliki arti: (1) metode ilmiah untuk mencapai tujuan praktis; ilmu pengetahuan terapan; (2) keseluruhan sarana untuk menyediakan barang-barang yg diperlukan bagi kelangsungan dan kenyamanan hidup manusia.

Sejarah Teknologi

Berbagai inovasi terus berkembang selama abad pertengahan. Pada abad pertengahan banyak teknologi yang memakai alat sederhana seperti halnya katrol, tuas, dan baut yang dirangkai guna menjalankan peralatan lain.

Ditemukan mesin cetak pada masa renaisans, sehingga memungkinkan adanya data yang tersimpan perihal pengetahuan dan teknologi memperlihatkan keterkaitannya dengan ilmu pengetahuan. Pada abad ini kemajuan teknologi lebih stabil sehingga dapat membuat perdagangan semakin mudah.

Pada abad ke-18 terjadi revolusi industri di Inggris yang menjadi titik awal untuk menemukan teknologi baru dalam berbagai hal. Kemajuan pengetahuan dan ditemukannya berbagai konsep telah memungkinkan adanya perkembangan teknologi ke arah yang lebih maju dan setingkat lebih tinggi dari jaman sebelumnya.

Pengertian Teknologi Komunikasi

Penggunaan teknologi saat ini meskipun belum merata namun sudah menyebar bahkan hingga di daerah pedesaan. Teknologi komunikasi pada abad ke-20 mengalami kemajuan dan perkembangan yang sangat pesat.

Pada awalnya penggunaan teknologi digunakan oleh manusia untuk pengubahan sumber daya alam menjadi alat yang sederhana, hingga sampai saat ini perkembangan teknologi terbaru seperti internet. Untuk lebih jelasnya marilah kita simak penjelasannya di bawah ini. Teknologi saat ini merupakan suatu sarana untuk menyediakan berbagai barang-barang yang diperlukan untuk kelangsungan hidup manusia.

Untuk menjadi negara yang maju, maka negara tersebut haruslah lebih meningkatkan perkembangan teknologi komunikasi dari sebelumnya. Dengan adanya teknologi ini dapat memudahkan segala pekerjaan maupun untuk hiburan.

Sebelum beranjak lebih jauh, marilah kita simak arti dari teknologi komunikasi. Indonesia adalah salah satu negara yang berkembang di dunia. Selain itu Indonesia juga tengah menjadi salah satu negara yang memiliki pengaruh di dunia yang cukup besar.

Pada konteks ini, teknologi diartikan sebagai suatu kondisi pengetahuan manusia berkaitan dengan cara untuk memadukan berbagai sumber untuk menghasilkan produk/jasa yang dikehendaki maupun untuk memenuhi kebutuhan. Sedangkan komunikasi diartikan sebagai alat penghubung atau interaksi. Teknologi komunikasi berasal dari dua kata, yaitu teknologi dan komunikasi. Secara umum, kata teknologi dapat diartikan sebagai entitas ataupun dapat merujuk pada suatu kumpulan teknik-teknik.

Teknologi ini berkembang sangat cepat seiring dengan perkembangan teknologi elektronika, sistem transmisi dan modulasi, hingga informasi dapat disebarkan dengan cepat dan tepat. Teknologi komunikasi dapat diartikan sebagai suatu peralatan keras (hardware) pada sebuah struktur organisasi yang memiliki kandungan nilai-nilai sosial yang dapat memungkinkan setiap orang untuk mengumpulkan, memproses, hingga saling bertukar informasi satu dengan yang lain.

Fungsi Teknologi Komunikasi

Setelah kita mengetahui definisi di atas, kini saatnya kita ulas mengenai teknologi komunikasi tersebut. Dalam memudahkan pekerjaan manusia, teknologi ini memiliki beberapa fungsi, yaitu pertama, memudahkan pekerjaan dalam dunia bisnis dan ekonomi. Dengan hal itu, teknologi komunikasi yang berkembang sangat pesat tersebut menjadi pilar pendukung dalam teknologi transportasi pada bidang revolusi industri. Kedua, kegunaan teknologi komunikasi juga dapat membantu dan memudahkan dalam mentrasnfer data dari satu perangkat ke perangkat yang lainnya baik dalam jarak dekat maupun jauh. Ketiga, dapat berperan untuk mengatur/memanajemen suatu sistem agar dapat dikelola dengan baik. Pengelolaan sistem yang baik akan mempengaruhi kinerja sistem yang baik pula.

Selain beberapa fungsi di atas, fungsi lainnya yaitu teknologi komunikasi yang mampu membawa suatu nilai-nilai dari struktur ekonomi, sosial, dan politik pada umumnya. Dan fungsi terakhir yaitu dapat meningkatkan kemampuan indera setiap manusia dalam kemampuan mendengar dan melihat.

Dalil Mengenai Perdagangan

Dalil tentang jual beli dalam Alquran di antaranya adalah Surah Al-Baqarah ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ
ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ

مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

Artinya: *"Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barang siapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. barang siapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, kekal di dalamnya."*

Riba dalam syari'at Islam adalah seperti kebanyakan yang dilakukan oleh orang arab. Misalnya saja seperti perkataan mereka ketika menagih uang pinjaman: apakah kamu mau menambah waktunya dengan menambahkan prosentase bunganya? Lalu setelah itu karena orang yang berutang tidak mampu membayar maka ia terpaksa menambah jumlah utangnya (sedangkan ia tidak menerima pinjaman kecuali di awalnya saja). Dan ini adalah haram seperti yang disepakati oleh seluruh umat sepanjang zaman.

Lalu Allah SWT. mengharamkan perilaku seperti ini, dan membantah perkataan mereka yang menyamakan riba dengan jual beli melalui firman-Nya: وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا "Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba."

Alquran surah An-Nisa' ayat 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu."

Dalil Hadits mengenai Muamalah

a. Larangan dua muamalah dalam satu akad

عن أبي هريرة قَالَ : نَهَى رَسُولُ اللهِ صَلَّى اللهُ عَلَيهِ وَسَلَّمَ عَنْ1 بَيْعَتَيْنِ فِي بَيْعَةٍ

Dari Abu Hurairah radliyallaahu 'anhu ia berkata : "Rasulullah shallallaahu 'alaihi wasallam melarang dua jual beli dalam satu jual beli (baca : dua jual beli dalam satu

akad/transaksi – Abul-Jauzaa') [HR. Tirmidzi no. 1231, Ahmad no. 9582, 10153; An-Nasa'i no. 4632; Ad-Daarimi no. 1379; Ibnul-Jarud no. 600; Abu Ya'la no. 6124; Ibnu Hibban no. 4973; Al-Baihaqi 5/343; dan Al-Baghawiy no. 21111 - shahih).

b. Larangan menipu dalam muamalah

وَعَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رضي الله عنه (أَنَّ رَسُولَ اَللَّهِ صلى الله عليه وسلم مَرَّ عَلَى صُبْرَةِ طَعَامٍ, فَأَدْخَلَ يَدَهُ فِيهَا, فَنَالَتْ أَصَابِعُهُ بَلَلًا , فَقَالَ: مَا هَذَا يَا صَاحِبَ اَلطَّعَامِ? قَالَ: أَصَابَتْهُ اَلسَّمَاءُ يَا رَسُولَ اَللَّهِ. فَقَالَ: أَفَلَا جَعَلْتَهُ فَوْقَ اَلطَّعَامِ; كَيْ يَرَاهُ اَلنَّاسُ? مَنْ غَشَّ فَلَيْسَ مِنِّي) رَوَاهُ مُسْلِمٌ

Dari Abu Hurairah Radliyallaahu 'anhu bahwa Rasulullah Shallallaahu 'alaihi wa Sallam pernah melewati sebuah tumpukan makanan. Lalu beliau memasukkan tangannya ke dalam tumpukan tersebut dan jari-jarinya basah. Maka beliau bertanya: "Apa ini wahai penjual makanan?". Ia menjawab: Terkena hujan wahai Rasulullah. Beliau bersabda: "Mengapa tidak engkau letakkan di bagian atas makanan agar orang-orang dapat melihatnya? Barangsiapa menipu maka ia bukan termasuk golonganku." Riwayat Muslim

c. Larangan menjual buah yang masih di pohon

وَعَنْ جَابِرِ بْنِ عَبْدِ اَللَّهِ -رَضِيَ اَللَّهُ عَنْهُمَا-; (أَنَّ اَلنَّبِيَّ صلى الله عليه وسلم نَهَى عَنْ اَلْمُحَاقَلَةِ, وَالْمُزَابَنَ وَالْمُخَابَرَةِ, وَعَنْ اَلثُّنْيَا, إِلَّا أَنْ تُعْلَمَ) رَوَاهُ اَلْخَمْسَةُ إِلَّا اِبْنَ مَاجَهْ, وَصَحَّحَهُ اَلتِّرْمِذِيُّ

Dari Jabir Radliyallaahu 'anhu bahwa Nabi Shallallaahu 'alaihi wa Sallam melarang jual-beli dengan cara muhaqalah (menjual biji atau tanaman dengan borongan yang masih samar ukurannya), muzabanah (menjual buah yang masih segar dengan yang sudah kering dengan sukatan), mukhobarah (menyewakan tanah untuk ditanami tumbuhan dengan syarat si pemilik tanah mendapat keuntungan setengah atau lebih dari hasilnya), dan tsunaya (penjualan dengan memakai pengecualian), kecuali jika ia jelas. Riwayat Imam Lima kecuali Ibnu Majah. Hadits shahih menurut Tirmidzi

d. Larangan jual beli secara gharar

وَعَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رضي الله عنه (أَنَّ رَسُولَ اَللَّهِ صلى الله عليه وسلم مَرَّ عَلَى صُبْرَةِ طَعَامٍ, فَأَدْخَلَ يَدَهُ فِيهَا, فَنَالَتْ أَصَابِعُهُ بَلَلًا , فَقَالَ: مَا هَذَا يَا صَاحِبَ اَلطَّعَامِ? قَالَ: أَصَابَتْهُ اَلسَّمَاءُ يَا رَسُولَ اَللَّهِ. فَقَالَ: أَفَلَا جَعَلْتَهُ فَوْقَ

اَلطَّعَامِ; كَيْ يَرَاهُ اَلنَّاسُ? مَنْ غَشَّ فَلَيْسَ مِنِّي) رَوَاهُ مُسْلِمٌ

Dari Abu Hurairah Radliyallaahu 'anhu bahwa Rasulullah Shallallaahu 'alaihi wa Sallam pernah melewati sebuah tumpukan makanan. Lalu beliau memasukkan tangannya ke dalam tumpukan tersebut dan jari-jarinya basah. Maka beliau bertanya: "Apa ini wahai penjual makanan?". Ia menjawab: Terkena hujan wahai Rasulullah. Beliau bersabda: "Mengapa tidak engkau letakkan di bagian atas makanan agar orang-orang dapat melihatnya? Barangsiapa menipu maka ia bukan termasuk golonganku." Riwayat Muslim.

e. Larangan menjual barang yang bukan miliknya

يَا رَسُولَ اللَّهِ يَأْتِينِي الرَّجُلُ فَيَسْأَلُنِي الْبَيْعَ لَيْسَ عِنْدِي أَبِيعُهُ مِنْهُ ثُمَّ أَبْتَاعُهُ لَهُ مِنْ السُّوقِ قَالَ لَا تَبِعْ مَا لَيْسَ عِنْدَكَ

"Wahai Rasulullah, ada seseorang yang mendatangiku lalu ia meminta agar aku menjual kepadanya barang yang belum aku miliki, dengan terlebih dahulu aku membelinya untuk mereka dari pasar?" Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam menjawab, "Janganlah engkau menjual sesuatu yang tidak ada padamu." (HR. Abu Daud no. 3503, An Nasai no. 4613, Tirmidzi no. 1232 dan Ibnu Majah no. 2187. Syaikh Al Albani mengatakan hadits ini shahih).[11]

Rukun dan Syarat Jual Beli dalam Islam

Rukun jual beli ada tiga, yaitu akad (ijab qobul), orang-orang yang berakal (penjual dan pembeli), dan ma'qud 'alaih (objek akad).

Akad ialah ikatan kata antara penjual dan pembeli. Jual beli belum dikatakan sah sebelum ijab dan qabul dilakukan. Sebab ijab qabul menunjukkan kerelaan. Pada dasarnya ijab qabul dilakukan dengan lisan, akan tetapi kalau tidak memungkinkan karena bisu atau lainnya, boleh dengan surat-menyurat yang mengandung arti ijab qabul.

Syarat akad

Syarat-syarat sah ijab qabul adalah sebagai berikut:

1. Jangan diselingi kata-kata lain antara ijab dan qabul
2. Jangan ada yang memisahkan, pembeli jangan diam saja setelah menyatakan ijab dan sebaliknya

Rukun benda yang diperjualbelikan.

1. Jual beli tidak terbatas waktu
2. Barang-barang yang hilang atau barang yang sulit diperoleh kemballi karena samar.
3. Milik sendiri
4. Spesifikas barang benar-benar diketahui.

5. Suci
6. Memberi manfaat
7. Jual beli tidak dikaitkan dengan hal-hal tertentu

Macam-macam jual beli

1. Jual beli yang disebut sifat-sifatnya dalam perjanjian ialah jual beli salam (pesanan). Menurut kebiasaan para pedagang, salam adalah untuk jual beli yang tidak tunai (kontan), salam pada awalnya berarti meminjamkan barang atau sesuatu yang seimbang dengan harga tertentu, maksudnya ialah perjanjian yang penyerahan barang-barangnya ditangguhkan hingga masa tertentu. Sebagai imbalan harga yang telah ditetapkan ketika akad.

   Pada jual beli jenis ini memiliki syarat:

   a. Disebut kan sifat-sifat barang yang diperjualbelikan.
   b. Disebutkan kelemahan, kelebihan, cacat, dan lainnya.
   c. Barang yang biasa diperjualbelikan
   d. Harga ditetapkan pada saat akad.

2. Jual beli benda yang terlihat ialah pada waktu melakukan akad jual beli benda atau barang yang diperjualbelikan ada didepan penjual dan pembeli. Hal ini lazim dilakukan masyarakat banyak dan boleh dilakukan, seperti membeli beras dipasar.

Kontroversi dalam *Online Shop*

Sistem *drop shipping* banyak diterapkan saat ini oleh para penggiat toko online. Mereka tidak mesti memiliki barang. Cukup mereka memasang iklan di website atau blog, lalu jika ada pesanan, mereka tinggal menghubungi pihak produsen atau grosir. Setelah itu pihak produsen atau grosir selaku dropshipper yang mengirimkan barang langsung kepada *buyer* (pembeli). Bagaimana hukum jual beli dengan sistem dropshipping semacam ini? Padahal bentuknya adalah menjual barang yang tidak dimiliki, dan ini dilarang dalam hadits. Adakah solusi syar'inya?

Ada tiga solusi yang ditawarkan dalam fatwa di atas bagi pihak pengecer:

1. Bertindak sebagai agen atau wakil, dalam kondisi ini, barang masih boleh berada di tempat produsen (grosir) dan mereka pun bisa bertindak sebagai pengirim barang (dropshipper) ke tangan konsumen atau buyer. Jika sebagai agen berarti sudah disetujui oleh pihak produsen atau grosir, ada hitam di atas putih.
2. Jika menjual sendiri (misal atas nama toko online), tidak atas nama produsen, maka seharusnya barang sampai ke tangan, lalu boleh dijual pada pihak lain.
3. Bertindak sebagai calo atau broker, dalam kondisi ini bisa mengambil keuntungan dari pihak pembeli atau produsen (grosir) atau keduanya sekaligus sesuai kesepakatan. Lihat bahasan mengenai komisi makelar (broker).

Bentuk dari solusi ketiga ini bisa menempuh dua cara:

a. Menggunakan sistem bai' salam (uang tunai terlebih dahulu diserahkan tidak bisa dicicil, lalu barang belakangan). Bentuknya adalah buyer (pembeli) mengirimkan uang tunai kepada pihak toko online seharga barang yang hendak dia beli, kemudian pihak toko online mencarikan barang pesanan pembeli. Lalu pihak toko online membeli barang, dan selanjutnya barang dikirim ke pembeli oleh tanpa disyaratkan pemilik toko online tersebut yang mengirimnya, bisa saja pihak produsen (grosir) yang mengirimnya secara langsung pada buyer. Lihat bahasan mengenai jual beli salam.

b Menggunakan sistem bai' al murabahah lil amir bisy syira' (memerintah untuk membelikan barang dengan keuntungan yang disepakati bersama). Sistem ini bentuknya adalah buyer (pembeli) melihat suatu barang yang ia tertarik di katalog toko online. Lalu buyer memerintahkan pada pihak toko online untuk membelikan barang tersebut dengan keuntungannya yang telah disepakati. Barang tersebut dibelikan dari pihak produsen (grosir). Namun catatan yang perlu diperhatikan, sistem al aamir bisy syiro' tidak bersifat mengikat. Pihak buyer bisa saja membatalkan transaksi sebelum barang dikirimkan. Kemudian dalam sistem ini menunjukkan bahwa barang tersebut sudah jadi milik penuh pihak toko online. Dalam sistem ini sebagai dropshipper adalah pihak toko online itu sendiri atau bisa jadi ia menyuruh pada supplier, namun ia yang bertanggungjawab penuh terhadap kerusakan barang. Lihat bahasan mengenai bai' al murabahah lil amir bisy syira'.

KESIMPULAN

Perkembangan dalam dunia komunikasi dan informasi telah membawa kita ke dunia global dan menjadikan masyarakat secara terus menerus diterpa (*exposure*) oleh media sehingga terciptalah masyarakat informasi (*information society*). Islam tidak pernah mengekang umatnya untuk maju dan modern. Justru Islam sangat mendukung umatnya untuk melakukan *research* dan bereksperimen dalam hal apapun, termasuk teknologi komunikasi sebagaimana anjuran Allah SWT dalam Alquran. Salah satunya dalam Surat Ar-Rahman ayat 33 yang artinya Wahai jin dan manusia, jika kamu sanggup menembus (melintasi) penjuru langit dan bumi, maka lintasilah, kamu tidak dapat menembusnya melainkan dengan kekuatan.

Dampak perkembangan teknologi menurut kita umat Islam yang berpegang pada Alquran seutuhnya, dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya adalah positif. Tergantung bagaimana kita memanfaatkannya dan menyikapinya terutama sebagai media untuk mendekatkan diri dengan Allah SWT. Maka kemajuan teknologi sekarang ini mudah-mudahan akan menjadi batu loncatan kemajuan Umat Islam kedepannya.

Perkembangan Teknologi Komunikasi begitu pesat bagi dalam kehidupan manusia. Oleh karena itu, apabila ada suatu bangsa atau negara yang tidak mengikuti perkembangan teknologi komunikasi, maka bangsa atau negara itu dapat dikatakan negara yang tidak maju dan terbelakang.

DAFTAR PUSTAKA

Baum, D. dalam Purbo, O. W. (2001). *Mengenal e-commerce*. Jakarta: PT. Elex Komputindo

Sistem Informasi Manajemen Edisi 10 Buku 2, Salemba Empat, Jakarta. Munawar, Kholil. 2009. E-commerce. http://staff.uns.ac.id.

Suyanto M, 2003, Strategi Periklanan pada e-Commerce Perusahaan Top Dunia, Andi, Yogyakarta.

Wong, Jony, 2010, Internet Marketing for Beginners, Elex Media Komputindo, Jakarta.

Wood, A. F. dan Smith, M. J. (2005). Online communication: linking technology, identity and culture. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

http://andryaldianoandry.blogspot.com/2011/12/makalah-ecommerce.html http://johanifauzi.info/makalah-ecommerce/

http://yuhartadi.blogspot.com/2013/11/mak alah-e-commerce.html

http://kelompok2bsicimone.blogspot.com/2013/05/jenis-jenis-dancontoh-e-commerce_2.html

http://heriferdiansyah89.blogspot. com/2009/11/analisis-ecommerce-pada- situs. html

http://ssbelajar.blogspot.com/2013/12/Pengertian-Contoh-danKarakteristik-E-Commerce-diIndonesia.html

https://teknologi.id/insight/apa-itu-teknologi-sejarah-dan-pengertian-teknologi/

https://teknologi.id/insight/pengertian-teknologi-komunikasi-dan-fungsinya/

https://suwardilubis.blogspot.com/2015/12/pandangan-al-quran-terhadap.html

http://al-hibrun.blogspot.com/2016/12/online-shop-dalam-pandangan-al-quran.html

Biodata Penulis

Nama	: **Mucklis**
Tempat/Tgl Lahir	: Medan, 26 Mei 1980
Alamat	: Jalan Abdul Hamid No. 128 Medan
Agama	: Islam
Status	: Nikah
Pekerjaan	: Pegawai Negeri Sipil

Riwayat Pendidikan:

1. SD Negeri No.060833 Medan (1993)
2. SMP Negeri 17 Medan (1996)
3. SMU Negeri 12 Medan (1999)
4. D-III Perpustakaan Fak. Ilmu Budaya Universitas Sumatera Utara (USU) (2002) (A.Md)
5. S-1 Ilmu Perpustakaan Fak. Ilmu Budaya USU (2004) (S.Sos.)
6. S-2 Magister Ilmu Manajemen Sekolah Pascasarjana USU (2012) (M.Si.)
7. S-3 Doktoral Komunikasi Penyiaran Islam UINSU (2018-Sekarang) (Dr.)

Riwayat Pelatihan:

1. Diklat pada Balai Pelatihan Teknologi Grafika di Medan, Departemen Pendidikan Nasional (Maret, 2003)
2. Pelatihan Ahli Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah di Jakarta, Bappenas (Mei, 2008)
3. Pelatihan Ahli Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah di Jakarta, LKPP (Januari 2011)
4. Pelatihan dan Workshop Manajemen Aset di Institut Teknologi Bandung (ITB) di Bandung (Mei, 2011)
5. Bimbingan Teknis Pelaksanaan Penghapusan Barang Milik Negara (BMN) di Bogor, Kementerian Pendidikan Nasional Republik Indonesia (November, 2011)

Riwayat Pekerjaan:

1. Pembantu Pimpinan Sub Hardware, Software dan Jaringan pada Perpustakaan USU (2002-2008)
2. Pembantu Pimpinan Sub Perlengkapan dan Aset pada Perpustakaan USU (2008-2011)
3. Pembantu Pimpinan Sub Perlengkapan Aset pada Fakultas Psikologi (2011-2013)
4. Pembantu Pimpinan Sub Akademik pada Fakultas Psikologi USU (2013-2016)
5. Pejabat Eselon IV Kepala subbag Pemeliharaan Aset pada Biro Aset dan Usaha USU (2016-2017)
6. Pejabat Eselon IV Kepala subbag Pengembangan Koorporasi pada Biro Aset dan Usaha USU (2017-Sekarang)

PENANGGULANGAN KEMISKINAN PERSPEKTIF KOMUNIKASI ISLAM

T. Alfiady

pada umumnya, kurang komunikasi meningkatkan perbedaan pada bahasa, pola pikir, sistem kepercayaan, dan budaya. Perbedaan ini membuat permusuhan endemis dan kekal dalam masyarakat

ISAAAC ASIMOV

Persoalan kemiskinan telah lama diperbincangkan, didiskusikan juga dikaji oleh banyak kalangan dan para pengambil kebijakan. Namun faktanya kemiskinan masih menjadi persoalan utama yang belum terselesaikan. Karena kemiskinan bukanlah persoalan sederhana. Perbincangan kemiskinan juga tidak hanya sebatas pada langkah-langkah yang mesti diambil guna menanggulanganinya, perdebatan yang juga sering muncul dalam praktik pengetasan kemiskinan justru mengarah kepada petanyaan siapakah si miskin sebenarnya? Jika ditelusuri secara mendalam akan terdapat berbagai kategori seseorang dikatakan miskin.Kemiskinan bisa dinilai dari tingkat konsumsi per kapita rumah tanggga. Suatu rumah tangga dianggap miskin bila konsumsi rumah tangga di bawah ambang tertentu

Badan Pusat Statistik (BPS)dalam menilai kemiskinan diistilahkah dengan "garis kemiskinan", untuk menilai antara masyarakat yang digolongkan miskin atau tidak. Garis itu merupakan gambaran nilai rupiah yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan pokok yaitu jika pengeluaran per kapita Rp 401.220 perbulan atau sekitar Rp 13.400 uang yang dikeluarkan perharinya untuk memenuhi kebutuhan pokok. Artinya, jika ada penduduk yang pengeluarannya lebih rendah dari garis tersebut artinya dia adalah masyarakat miskin. Dengan metode tersebut, maka angka penduduk miskin di Indonesia per Maret 2018 tercatat 25,95 juta jiwa atau 9,82 jiwa (Kompas, 2018).

Mencoba menghitung jumlah penduduk miskin bukan pekerjaan yang sederhana sebatas pada hitungan nominal angka. Secara umum, saat seseorang atau sekelompok orang tak mampu memenuhi hak-hak dasarnya untuk mempertahankan dan mengembangkan kehidupan yang bermartabat (Kecuk Suharyanto, 2011). Kata-kata bermartabat memberikan kerumitan untuk memberikan batasan dan indikator yang jelas siapa sebenarnya yang dikategorikan miskin. Jika, orientasi pembangunan hanya sebatas pada pemulihan perekonomian dengan cara meningkatkan upah penumbuhan lapangan kerja, sedangkan angka kriminal juga meningkat, maka perbaikan masyarakat miskin hanya sebatas pada angka-angka statistik semata. Sedangkan harkat dan martabat mereka tidak terbangun dengan

baik, apalagi pembangunan yang justru meruntuhkan nilai-nilai dasar yang dianut oleh masyarakat. Padahal kebudayaan adalah sumber nilai yang dijadikan sebagai asas pembangunan negara,

Keragaman dalam penilaian terhadap tingkat kemiskinan pada suatu komunitas masyarakat dikarenakan penilainnya yang subjektif. Bahwa standar kemiskinan antara satu penduduk dengan penduduk lainnya akan bervariasi. Karena kemiskinan sangat erat dengan karateristik lingkungannya, sumber daya yang dimiliki dan kebudayaan yang melatar belakanginya. Dalam satu komunitas masyarakat pedesaan misalnya, meskipun dalam penilaian Negara melalui indikator pendapatan per kapita seseorang dianggap miskin, akan tetapi karena ia memiliki sumber daya yang lebih ketimbang anggota masyarakat lainnya. Seperti kepemilikan tanah, ternak, dan lahan pertanian yang cenderung lebih luas ketimbang anggota masyarakat lainnya ia tetap dianggap sebagai masyarakat tidak miskin dalam masyarakat setempat.

Dalam wacana pengetasan kemiskinan yang juga sering dilupakan ialah wacana tentang kesempatan untuk bangkit dari kemiskinan. Bahwa masyarakat miskin yang memiliki kesempatan untuk bangkit dari kondisi buruk ini menjadi warga sejahtera juga beragam. Mereka yang memiliki pendidikan lebih mapan akan lebih mudah untuk mencapai tingkat kesejahteraan lebih baik ketimbang mereka yang memiliki kualifikasi pendidikan lebih rendah. Meskipun sumber daya (modal) yang dimiliki terbatas. Masyarakat miskin perkotaan dan masyarakat miskin yang tinggal di pedesaan juga memiliki kesmpatan yang berbeda. Masyarakat miskin perkotaan kesempatan untuk keluar dari kemiskinan lebih terbuka karena akses terhadap dunia luar dan fasilitas yang dimiliki lebih baik ketimbang masyarakat desa. Hingga sampai saat ini persoalan utama yang dihadapi oleh masyarakat pedesaan salah satunya ialah menerobos keterisoliran. Infrastruktur transportasi yang buruk di hampir seluruh pedesaan menghambat arus pendistribusian hasil bumi masyarakat dan membuat mobilitas mereka terbatas.

Dua karakter kesempatan bangkit dari kemiskinan ini oleh SMERU diistilahkan dengan "miskin kronis" dan "miskin sementara". Miskin kronis ialah anggota masyarakat yang kesempatan untuk bangkit dari kondisi kemiskinan relatif kecil, mereka berpotensi untuk menjadi masyarakat miskin dalam jangka panjang. Sedangkan miskin sementara mengalami nasib sebaliknya mereka memiliki kesempatan untuk keluar dari kemiskinan lebih terbuka.

Klasifikasi masyarakat miskin berdasarkan dua kategori tersebut mestinya sudah menjadi keniscayaan bagi pengambil kebijakan baik pemerintah daerah, pemerintah pusat dan lembaga-lembaga donor. Karena penanganan terhadap masing-masing kelompok tersebut pada prisinpnya berbeda. Masyarakat miskin sementara yang umumnya berbada di wailayah perkotaan mereka tidak dihadapi pada keterbatasan fisik, sarana transportasi, dan keterbatasan akses informasi.

Persoalan yang dihadapi cenderung pada ketidak cukupan mareri karena melonjaknya harga pangan, harga kebutuhan pokok yang tidak terjangkau, biaya kesehatan dan pendidikan yang mahal. Miskin kronis persoalan yang dihadapi lebih kompleks, kemiskinan yang dihadapi oleh masyarakat miskin kronis dikarenakan mereka terkucilkan dari komunitas masyarakat lainnya secara luas. Meskipun pada dasarnya masyarakat miskin kronis ini memiliki sejumlah kekayaan dan harta yang dimiliki dalam jumlah tertentu dan terbatas, belum mampu untuk meningkatkan status mereka menjadi tidak miskin. Seperti memiliki lahan untuk bercocok tanam, ternak peliharaan, usaha kecil-kecilan, *home industry* dan sebagainya

Seseorang dikatakan miskin juga tidak bisa dinilai sebatas pada kemampuan dia untuk memenuhi kebutuhan pokoknya semata karena rendahnya pendapatan yang didapat. Shaffer (2000) konsep kemiskinan telah bergeser pada satu bentuk kemiskinan yang lebih luas. *pertama,* dari kemiskinan *physicological model of deprivation* yang berfokus pada tidak terpenuhinya kebutuhan das secara materi dan biologis kepada *social model of deprivation* yang berfokus pada hilangnya kemandirian, kekuatan dan harga diri. *Kedua,* terdapat pembaruan dalam penggunaan konsep ketidak mampuan dan hubungannya dengan kemiskinan. *Keempat,* konsep ketidak merataan menjadi perhatian utama dalam membentuk kemiskina, dan *keempat*bahwa kemiskinan dapat dikonseptualisasikan sebagai kekerasan terhadap hak asasi manusia (Pujiyanti, 2015).

Mengapa masyarakat menjadi miskin? Sumber kemiskinan tentunya tidak tunggal. Terdapat banyak faktor yang melatarbelakanginya dan saling berkaitan. Jika keterbatasan sumber daya alam (*resources*) sebagai faktor tunggal dari penyebab kemiskinan tidak seutuhnya benar, faktanya negara yang hanya memiliki wilayah yang kecil dan hanya mengandalkan pada sumber ekonomi tersbatas seperti kepariwisataan justru masyarakatnya tidak miskin, sebaliknya negara kaya akan sumber daya alamnya justru masyarakatnya hidup dalam garis kemiskinan, sebaliknya keterbatasan sumber daya alam justru memacu negara atau daerah tertentu untuk tumbuh kembang. Misalnya di Aceh Utara sebagai salah satu daerah di Propinsi Aceh, dahulu daerah pesisir Timur Aceh ini pernah jaya akan potensi sumber daya alamnya yang cukup melimpah melalui sektor minyak dan gas. Banyak perusahaan besar yang tumbuh di daerah ini dari tahun 70-an hingga awal 2000-an tidak mampu memberikan kontribusi terhadap perbaikan pada aspek ekonomi dan sosial masyarakatnya secara merata.

Data terbaru menyebutkan bahwa Aceh Utara menjadi daerah termiskin di Aceh dari segi populasi penduduk (115,05 ribu jiwa), meskipun secara presantase berada di urutan keterampilan. Bahkian dari data yang dirilis IdeAS yang diolah dari publikasi BPS pada 7 Agustus 2017 menunjukkan pertambahan orang miskin di Aceh Utara gagal mengembangkan program pengentasan kemiskinan secara efektif dan teratur. (Pasha dkk, 2018 26-27)

Ristet yang dilakukan oleh SMERU (2001) menyatakan bahwa secara garis besar faktor penyebab kemiskinan yang dikemukakan oleh orang miskin dapat dikategorikan ke dalam enam kategori, yaitu: ketidak berdayaan, keterkucilan, kekurangan materi, kelemahan fisik, kerentanan, dan sikap atau perilaku

1. **Ketidak berdayaan**

   Kategori faktor ketidakberdayaan meliputi faktor yang keberadaannyadi luar kendali masyarakat miskin. Antara lain mencakup aspekketersediaan lapangan kerja, tingkat biaya/harga (baik barang konsumsi,sarana produksi, maupun harga jual produksi), kebijakan pemerintah,sistem adat, lilitan hutang, keamanan, dan takdir/kodrat. Munculnyaaspek takdir mungkin mengindikasikan bahwa tingkat kemiskinan yangmereka alami sudah sedemikian rupa sehingga pada akhirnyamemunculkan sikap apatis. Bagi mereka, sepertinya sudah tidak adapeluang lagi untuk memperbaiki kesejahteraannya, dan menganggap hanyamukjizat Tuhan yang mampu mengubah keadaan.

2. **Kekurangan materi**

   Aspek penyebab kemiskinan yang termasuk dalam kelompok ini adalahkepemilikan atau tidak memiliki berbagai macam aset, seperti rumah,tanah, modal kerja, warisan, serta rendahnya penghasilan karena upahatau hasil panen rendah). Selain ketidakberdayaan, kelompok faktor inimerupakan penyebab kemiskinan yang dominan.

3. **Keterkucilan**

   Faktor keterkucilan berkaitan dengan hambatan fisik dan nonfisik dalammengakses kesempatan meningkatkan kesejahteraan, antara lain mencakupaspek lokasi yang terpencil, buruknya prasarana transportasi, rendahnyatingkat pendidikan dan keterampilan, tidak ada atau kurangnya aksesterhadap kredit, pendidikan, kesehatan, irigasi, dan air bersih

4. **Kerentanan**

   Kondisi kesehatan, kemampuan bekerja, kurang makan dan gizi, danmasalah sanitasi merupakan elemen kelompok faktor kelemahan fisik. Padaumumnya kondisi kesehatan yang buruk dianggap lebih penting sebagaipenyebab kemiskinan dibandingkan faktor ketidakmampuan (dalam artiketerampilan) bekerja. Hal ini mungkin berkaitan dengan jenis pekerjaanmasyarakat miskin umumnya yang cenderung termasuk kerja kasar sehinggamembutuhkan kondisi fisik yang prima

5. **Sikap dan Perilaku**

   Faktor yang digolongkan dalam kelompok ini berupa kebiasaan burukatau sikap yang cenderung menyebabkan turunnya tingkat kesejahteraanatau menghambat kemajuan. Antara lain meliputi kurangnya upaya untukbekerja,

tidak bisa mengatur uang atau boros, masalah ketidakharmonisankeluarga, serta kebiasaan berjudi dan mabuk-mabukan.

Melihat akar permasalahan kemiskinan yang sangat komleks di atas, maka program pengentasan keiskinan tidak dapat dilakukan dengan cara sederhana pula. Menyelesaikannya mesti melibatkan banyak pihak dan lintas sektor serta dikaji oleh lintas disiplin keilmuan.Pola penyelesaian kemiskinan tidak hanya dapat dilihat dari perspektif ilmu ekonomi semata, karena kemiskinan erat kaitannya dengan kebudayaan dan juga struktur sosial yang berlaku di dalamnya.

Peta lintas ilmu dalam pengetasan persoalan kemiskinan dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 1: Lintas keilmuan pengetasan persoalan kemiskinan
Sumber: Anshori, Etnografi Komunikasi Perspetif Bahasa (2017)

Gambar ini memperlihatkan bahwa pendekatan ekonomi belum sutuhnya menjawab persoalan kemiskinan. Pendekatan disiplin ilmu lainnya sebuah keharusan yang dapat digunakan untuk melihat sumber masalah kemiskinan. Kriminologi mislanya, pada masyarakat (komunitas) miskin, kemiskinan akan menghadirkan berbagai persoalan dan patologi sosial yang kompelks. Pencurian, pemerkosaan, pembunuhan, penjarahan dan sebagainya termasuk penyalah

gunaan narkoba menjadi pemandangan umum pada masyarakat miskin, terutama mereka yang berada di perkotaan sebagai masyarakat urban. Kajian ilmu Politik, sangat penting untuk melihat sejauh mana kebijakan yang diambil oleh pengambil kebijakan mengedepankan kepentingan publik daripada kepentingan kelompok, kerabat dan lingkaran keluarganya.

Bangladesh dan problematika Kemiskinan

Sama seperti Indonesia, kemiskinan yang melanda Bangladesh menimbulkan persoalan lainnya yang lebih kompleks, diantaranya ialah keberadaan kaum perempuan yang semakin termarjinalkan dalam tatanan kehidupan sosial, politik, pendidikan, dan ekonomi. Meskipun di Indonesia saat ini sudah ada perbaikan yang sangat radikal dalam hal ketimpangan ini dimana akses perempuan terhadap berbagai dimensi sosial, politik dan pendidikan sudah sangat terbuka. Akan tetapi beberapa kasus masih memperlihatkan masih adanya perilaku-perilaku anomali dan diskriminatif terhadap perempuan.

Yunita Rizki Putri (2015) menggambarkan Kondisi perempuan di Bangladesh yang semakin termarjinalkan dikarenakan oleh tiga kondisi 1). Masalah pertanian, 2) pernikahan dini, dan 3) rendahnya tingkat pendidikan. Kebanyakan perempiuan di Bangladesh hidup miskin di pedesaan dan menggantungkan diri dari sektor pertanian yang terkadang hasilnya tidak menguntungkan dan terprediksi, karena faktor kekeringan yang berkepenjangan dan banjir serta hama yang merusak lahan pertanian mereka.

Pernikahan dini juga dianggap sebagai sumber bagi masalah lainnya, seperti meningkatnya anak-anak putus sekolah, hilangnya kesempatan kerja dan yang cukup menyedihkan ialah kecenderungan perempuan untuk meninggal di usia dini cukup meningkat pada proses persalinan. Kondisi ini kemudian diperparah lagi dengan krisis pangan yang cukup mengkhawatirkan, karena ketidak pastian cuaca dan peristiwa bencana alam yang sulit diantisapsi oleh pemerintah. Negara ini menjadi negara berkembang yang cukup mengkhawatirkan nasibnya.

Kondisi perekonomian Bangladesh kini sudah menunjukkan perbaikan yang sangat baik melalui kinerja perekonomiannya yang menekankan pada sektor industri (testil) dan inovasi pertanian yang menjadilan andalan utama masyarakatnya. Empat puluh tujuh tahun sejak kemerdekaannya, negara ini mampu keluar dari kategori negara *Least Developing Countrie* atau negara terbelakang menuju negara *developing countries* (negara berkembang) dengan tiga indikator penilaian, yaitu *gross national income* (GNI) telah mencapaiS$ 1.272 per kapita, *Human asets Index* (HAI) dengan skor 72,8; serta *economic Vulnerability Index* (EVI) dengan nilai 25.

Ketimpangan sosial dan pembangunan terutama kepada kaum perempuan sudah menjadi persoalan klasik yang hingga saat ini belum mendapatkan penanganan secara serius. Ketimpangan memang banyak terjadi di negara-negara yang sedang berkembang seperti Indonesia dan Bangladesh.

Setidaknya terdapat delapan faktor yang menyebabkan terjadinya ketimpangan. 1).pertambahan penduduk yang tinggi yang dapat mengakibatkan menurunnya pendapatan per kapita, 2). Inflasi, dimana pendapat uang bertambah tetapi tidak diikuti secara proporsional dengan produksi barang, 3) ketidak merataan pembanguna, 4) investasi yang banyak terhadap pembangunan padat modal (*capital intensive*) sehingga pendapatan modal dari tambahan harta lebih besar dibandingkan dengan persentase pendapatan yang berasal dari kerja, sehingga pengangguran bertamba, 5) rendahnya mobilitas sosial, 6) pelaksanaan kebijakasanaan industri substitusi impor yang mengakibatkan kenaikan harga-harga berang hasil industri untuk melindungi usaha-usaha kapitalis, 7) memburuknya nilai tukar bagi negara-negara sedang berkembang dalam perdagangan dengan negara-negara maju, sebagai akibat ketidakjelasan permintaan negara-negara sedang berkembang, dan 8) hancurnya industri-industri rakyat, seperti pertukangan, usaha-usaha rumah tangga. (Arsyad, 2004)

Muhammad Yunus Grameen Bank

Bangladesh menikmati Kehadiran Muhammad Yunus sebagai sosok yang sering diperbincangkan oleh masyarakatnya juga masyarakat global. Kehadirannya ibarat asa di tengah gurun padang pasir yang memberikan harapan baru bagi masyarakat Bangladesh terutama kelas perempuan yang tidak mendapatkan tempat yang baik dalam struktur ekonomi, sosial dan politik. Melalui lembaga keuangan mikro yang didirakannya(Grameen Bank) menerobos sitem perbankan pada umumnya, yaitu pinjaman tanpa angunan, dan pencatatan. Peminjaman yang berbasis pada kejujuran dan pemberdayaan masyarakat miskin dan kelompok-kelompok rentan.

Yunus menyadari bahwa setiap masyarakat memiliki potensinya sendiri yang belum dikembangkan, karena keterbatasan akses modal serta keterampilan yang memadai untuk mengolahnya menjadi produk bernilai eknomis. Untuk membantu mereka keluar dari jeratan kemiskinan, langkah yang tepat ialah tidak hanya memberikan mereka modal berbasis pada pinjaman dan bantuan lunak. Akan tetapi diawali dari proses pemberdayaan (*empowering*) terhadap kelompok sasarannya. Pembangunan ekonomi juga mesti dimulai dari bawah (*button up*) sebagai kelompok sasaran pembangunan. Atas jasanya ini Yunus mendapatkan penghargaan Nobel Perdamaian pada tahun 2006.

Gerakan *social enterpreunership* yang digagas oleh Yunus Mulai aktif sejak tahun 1977 dengan jumlah nasabah sebanyak 500 orang, pada tahun akhir tahun 1982 mengalami penambahan jumlah nasabah sebanyak 28.000 dan bisa dipastikan semua nasabah itu merupakan masyarakat miskin dan termiskin di Bangladesh. Keberhasilan sistem yang diterapkan Muhammad Yunus menjadikan sistem Grameen Bank diadopsi lebih dari 100 negara lain. Dalam penerapan sistem perbankan yang dilakukan, Grameen Bank menitik beratkan pada beberapa hal, yaitu solidaritas, kerjasama kelompok, pengembangan sumber daya manusia, kerja keras, kejujuran, dan ketepatan

sasaran kredit yang disalurkan. Lebih dari separuh masyarakat Bangladesh sebelum Grameen Bank beroperasi termasuk dalam kategori sangat miskin. Bahkan pada saat itu (1976) masyarakat di sana masih banyak yang buta huruf sehingga tidak memahami berbagai persyaratan rumit yang harus dipenuhi ketika ingin mengajukan kredit kepada bank konvensional yang ada. Kondisi semacam itu saat ini sudah sangat jarang terlihat di Bangladesh (Arissw: 2015).

Pria kelahiran 28 Juni 1940 di Cihittagong, Bangladeh berasal dari keluarga kelas menengah yang berlatar belakang pengusaha tambang emas. Keberpihakannya terhadap masyarakat miskin dibangun atas keresahan atas sistem perekonomian yang tidak memihak kepada mereka yang miskin, sebaliknya sitem perekonomian justru menghidupkan mereka yang sudah kaya melalui sistem kredit. Akhirnya masyarakt miskin tidak bekerja untuk dirinya, melainkan untuk mereka yang memiliki modal tentunya mereka yang berlatarbelakang orang kaya.

Yunus tentu menyadari ketimpangan pembangunan adalah akumalsi dari sistem pembangun yang tidak partisipatif yang hanya berpihak pada pemilik modal dan penguasa. Sebaliknya, masyarakat miskin hanya korban dari kebijakan sistem perekonomian yang cacat. Keberpihakan terhadap masyarakat miskin hanya dapat dilakukan dengan cara melibatkan mereka seutuhnya dalam pembangunan dan secara tidak langsung akan meningkatkan martabatnya. Seperi yang dikemukakan Kecuk Suhariyanto dalam artikelnya di Kompas (Lihat Kecuk Suhariyanto; Jumlah si Miskin).Partisipasi itu lahir dari komunikasi yang dibangun terbuka tanpa ada "skat pembatas" antara mereka yang bermodal dan si miskin, antara penguasa dengan rakyatnya sehingga tidak ada lagi hambatan-hambatan struktural dalam pembangunan. Apa yang disampaikan oleh Isaac Asimov (pada pendahuluan pembahasan) barangkali relevan untuk menggambarkan kondisi masyarakat yang termiskinkan secara kultural yang disebabkan oleh kurangnya komunikasi.

Tanggung Renteng

Jika Bagladesh memiliki Muhammad Yunus sebagai sosok yang berjasa dalam memberikan pertolongan kepada masyarakat miskin seperti yang dikemukakan di atas, di Indonesia pada dasarnya terdapat satu budaya yang telah mengakar pada tiap individu serta telah menjadi pola hidup yang telah diwariskan oleh nenek moyang sebelum merdeka, yaitu budaya gotong royong. Gotong royong sebagai upaya bersama tanpa memandang perbedaan, status dan golongan masyarakat tertentu untuk mencapai tujuan bersama. Prinsip dari gotong royong ialah bagaimana anggota kelompok secara bersama saling tolong menolong dan bahu membahu mengurangi beban anggota masyarakatnya dari kesusahan. Kebudayaan gotong royong pada dasarnya menjadi modal sosia yang besar.

Taggung renteng terdiri dari dua suku kata; "tanggung" dan "renteng". Tanggung memiliki arti memikul, menjamin, meyatakan kesediaan nntuk membayar hutang orang lain, apabila orang tersebut tidak menepatinya. Sedangkan "renteng" berarti

taggungjawb bersama antra penjamin dan penjaminnya atas hutang yang dibuatnya (Saripuddin, 2013). Prinsip dasar dari sistem ini ialah tanggung jawab kelompok atas resiko hutang yang ditanggung secara bersama. Tanggung jawab dan bersama menjadi kata kunci penting pada sistem ini.

Isdaryadi (2004) dan Suprapto (2002) menyatakan, sasaran dalam sistem tanggung renteng terutama ditujukan kepada unsur manusianya. Sistem tanggung renteng berpengaruh kepada tanggung jawab bersama atas penerimaan anggota baru dalam kelompok, perbuatan atau kelakuan anggota kelompok, dan pengajuan pinjaman dari anggota kelompok kepada koperasi. Sistem ini juga berpengaruh pada perbuatan atau kelakuan pemimpin kelompok atau pengurus kelompoknya, manusia sebagai pihak yang berkepentingan langsung dalam mencapai tujuan (Saripuddin, 2013)

Banyak yang menganalogikakan kemiskinan yang melanda Inonesia saat ini sebagai suatu gejala aneh. Kekayaan sumber daya alam yang dimiliki sepertinya belum mampu menghantarkan bangsa Indonesia secara keselurhan dan bersama-sama meunuju gerbang kesejahteraan. Sebaliknya, kekayaan justru hanya dinikmati oleh segelintir mereka yang beruntung saja tanpa membaginya secara merata. Satu sisi Idonesia patut bersyukur adanya peningkatan pertumbuhan ekonomi tiap tahunnya, akan tetapi persoalan pemerataan pembangunan dan kue ekonomi tidak sebaik pertumbuhannya.

Tanggung renteng memberikan peluang yang besar bagi pemerataan distribusi kekayaan dan kesejahteraan, terutama bagi mereka yang berada dalam keanggotaan organisasi. Secara praktik sistem ini ditemukan dalam sistem perkoperasian yang sangat popular di Indonesia dan sudah berjalan cukup lama. Anggota organisasi bertanggung jawab sepenuhya atas kerelangsungan organisasi, karena mereka juga bagian dari investor yang menginvestasikan modalnya ke dalam organisasi

Sejarah panjang koerasi telah memberikan peluang melawan masifnya sistem ekonomi kapiltalistik yang mewabah ke seluruh belahan negara. Sayangnya di Indonesia koperasi perlahan telah kehilangan gaungnya dalam wacana pembangunan nasional. Sebaliknya koperasi justru terjerembab pada wacana politik dengan meggaungkan ekonomi kerakyatan.

Komunikasi Untuk Pembangunan

Istilah komunikasi sudah menjadi istilah yang tidak asing bagi semua masyarakat. Komunikasi adalah aktifitas keseharian manusia, dalam kesehariannya manusia akan selalu berkomunikasi dengan siapapun untuk mencapai keinginan yang diharapkan. Manusia yang saling berkomunikasi akan saling bertukar pesan baik dalam bahasa verbal maupun non verbal. Tidak hanya pada masyarakat modern yang sudah mengenal peradaban, bagi masyarakat pra-sejarah sekalipun aktifitas komunikasi juga sudah terjalin antara satu dengan lainnya. Ukiran-ukiran di gua dan pahatan di batu menjadi bukti bahwa mereka sudah mampu menuangkan ide

dan gagasannya ke dalam medium yang cukup sederhana seperti batu. Medium tersebut merupakan sarana komunikasi sederhana yang pernah dilakukan oleh masyarakat jaman dahulu melalui simbol-simbol tertentu yang memiliki makna atas dasar kesepakatan kedua belah pihak.

Bagaimana simbol tersebut dapat dimaknai secara bersama oleh kedua belah pihak? Atau bagaimana proses kesepakatan dalam memaknai sebua simbol dilakukan? Pertanyaan ini sering sekali menuai perdebatan di banyak kalangan mengigat tidak ada penjelasan yang konkrit. Sthepen K. Sanderson (2013)sebagai Sosiolog Linguistik menjelaskan bahwa antara simbol dan tanda berbeda karena maknanya yang bersifat arbitrer. Makna sebua simbol ditentukan oleh mereka yang saling berkomunikasi dengan cara tertentu, dengan demikian simbol tidak terlalu terbatas sebagaimana layaknya tanda. Berlawanan dengan tanda, simbol bersifat *terbuka* dan *produktif.* Simbol dapat memiliki makna yang baru dan berbeda (bahkan memiliki makna beberapa makna sekaligus) tergantung kepada penggunaan dalam konteks apa pemakai meletakkannya. Baik tanda maupun simbol keduanya menyampaikan informasi, tetapi karena sifatnya yang terbuka, produktif maka simbol dapat menyampaikan informasi secara lebih efesien.

Gudykunst dan Kim (1997: 6) melihat bahwa simbol dalam komunikasi terpicta secara subjektif, namun simbol tersebut akan berarti menjadi simbol tertentu jika anggota masyarakat sama-sama menyepakati arti simbol itu sendiri.

Meskipun aktifitas komunikasi sudah menjadi aktifitas manusia sejak lama, namun bukanlah hal yang mudah untuk memberikan defenisi komunikasi secara menggeneral. Kerumitan dalam memberikan defenisi ini dikarenakan ilmu komunikasi masih berusia sangat muda. Keseriusan mempelajari komunikasi ditengarai oleh W. Barnet Pearce (1989) dimulai pada awal abad ke-20 yang didorong oleh penemuan teknologi komunikasi seperti radio, televisi, telepon, satelit dan jaringan komputer. Pada saat bersamaan muncul dan berkembang industrialisasi, tumbuhnya korporasi multinasional dan politik global (Morrisan, 2013:3).

Saat ini komunikasi memiliki defenisi yang sangat beragam dan memiliki perbedaan antara satu defenisi dengan defenisi lainnya. Dance dan Larson lebih dari 50 tahun lalu telah menemukan 126 defenisi dari kata "komunikasi" tentu jumlah tersebut akan bertambah setiap priodenya. Karena banyaknya defenisi ini pula mungkin yang mengakibatkan Benjamin Disraeli menuliskan "saya membenci defenisi". Banyak faktor yang melatarbelakangi munculnya keragaman defenisi tersebut. Barangkali alasan Stephen Littlejohn sangat tepat untuk menjelaskannya bahwa kata komunikasi sulit untuk dikonsepkan secara tunggal dan tepat untuk segala dimensinya dan konteksnya pada saat berlangsungnya komunikasi

Larry A. Samovar (2010) melihat komunikasi sebagai sebuah proses sangat dinamisdan akan terus berlanjut antara komunikator dengan komunikan "*Komunikasi merupakan proses dinamis di mana orang berusaha untuk berbagi*

masalah internal mereka dengan orang lain melalui penggunaan simbol". Proses tersebut terdiri atas: *pertama,* komunikasi akan terus berlangsung antara kedua belah pihak yang terlibat dalam komunikasi. Antara keduanya akan tetap bertukar pesan dalam bentuk bahasa verbal maupun non-verbal. *Kedua,* dinamis mengandung arti bahwa pengiriman dan penerimaan pesan melibatkan sejumlah variabel penting yang bekerja dalam satu waktu yang bersamaan. Kedua belah pihak yang terlibat ssama-sama melihat, mendengar, berbicara, berfikir, mungkin juga tersenyum, dan meraba dalam waktu yang sama. *Ketiga,* antara komunikator dan komunikan merupakan bagian dari suatu proses dinamis dan secara konstan.

Komunikasi sebagai sebuah proseskata Smith, komunikasi sekaligus bersifat khas dan umum, sempit dan luas dalam ruang lingkupnya. Dirinya menguraikan :

> "Komunikasi antarmanusia merupakan suatu rangkaian proses yang halus dan sederhana. Selalu dipenuhi dengan berbagai unsur-sinyal, sandi, arti tak peduli bagaimana sederhananya sebuah pesan atau kegiatan itu. Komunikasi antarmanusia juga merupakan rangkaian proses yang beraneka ragam. Ia dapat menggunakan beratus-ratus alat yang berbeda, baik kata maupun isyarat ataupun kartu berlubang baik berupa percakapan pribadi maupun melalui media massa dengan*audience* di seluruh dunia…ketika manusia berinteraksi saat itulah mereka berkomunikassaat orang mengawasi orang lain, mereka melakukan melalui komunikasi" (Blake dan Haroldsen, 2003 : 2-3).

Kata "komunikasi" sendiri berasal dari bahasa Latin, *"comunis",* yang berarti membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Akar katanya *"communis"* adalah *"communico"* yang artinya berbagi (Stuart,1983, dalam Vardiansyah, 2004 : 3). Dalam literatur lain disebutkan komunikasi juga berasal dari kata "*communication*" atau "*communicare*" yang berarti " membuat sama" *(to make common)*. Istilah "*communis*" adalah istilah yang paling sering di sebut sebagai asal usul kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata kata Latin yang mirip Komuniksi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan di anut secara sama.

Bagi pengentasan kemiskinan, komunikasi menjadi hal yang cukup mendasar agar masyarakat miskin benar-benar bisa keluar dari jeratan kemiskinan secara nyata. Melalui komunikasi masyarakat dapat saling berinteraksi antara satu dengan lainnya dalam satu komunitas yang sama atau komunitas berbeda. Dengan komunikasi pula masyarakat miskin dapat berkomunikasi kepada pimpinan maupun atasannya. Sebab kebijakan pembangunan maupun kebijakan pengentasan masalah kemiskinan terletak pada pengambil keputusan, karenanya mereka membutuhkan komunikasi sebagai medium untuk menyampaikan ide, saran, dan pendapatnya.

Sementara itu komunikasi yang tebentuk dalam birokrasi pemerintahan membentuk satu pola hubungan yang hirarki. Kendali pesan seutuhnya berada penguasa (birokrat), karena atasan menganggap dirinya memiliki pengetahuan dan kemampuan yang lebih ketimbang masyarakatnya. Mentalitas paternalistik

ini sebenarnya menjadi penghalang besar bagi masyarakat miskin, karena dapat menghambat kemandiriannya dan memperkecil ruang kreasinya. Pada masyarakat paternalistik ini pimpinan (atasan) dianggap sebagai orang yang serba mengetahui dan menguasai dan dirinya selalu ditempatkan pada level di bawahnya dan menganggapnya sebagai tokoh berpengaruh (*opinion leader*) yang setiap perkataan dan argumentasinya memiliki nilai untuk diikuti dan ditaati. Kecenderungan seperti ini sering terlihat di negara-negara berkembang seperti Indonesia, dan Bangladesh.

Menurut McPhail (2009), komunikasi merupakan hal yang sangat mendasar atau fundamental untuk membantu masyarakat mengubah komunitasnya, di mana mereka tinggal, khususnya strategi komunikasi yang mampu menginfromasikan dan memperkuat kekuatan suara (aspirasi atau opini) yang dipertaruhkan terhadap hambatan struktural untuk mencapai tujuan. Maka upaya komunikasi dapat mencakup penjelasan tentang berbagai modus masyarakat setempat yang menggunakan komunikasi untuk membuat makna mengenai pengalaman, tempat tinggal, sejarah, identitas, sumber daya, dan keterlibatannya di dunia global (Porras dan Steeves, 2009).

Dasgupta (2009), mengutip pendapat Mefalopulos, bahwa komunikasi untuk pembangunan yang menghasilkan partisipasi, dialog, dan penyebaran pengetahuan itu penting. Komunikasi juga dapat membantu pembangunan dengan mendukung dan mengadopsi model yang benar-benar membutuhkan dialog dari kolaborasi antara semua pemangku kepentingan dan benar-benar membutuhkan berbagai pengetahuan sebagai bentuk terbaik dari pendidikan bersama

Penting dan strategisnya peran komunikasi yang tidak bisa dipisahkan dalampembangunan, sebagaimana menurut Lubis (2010) bahwa komunikasi berperan untuk memfasilitasi penemuan (*invention*) dan menyebarkan inovasi ke sistem sosial yang lebih luas. Komunikasi sangat bermanfaat untuk pembangunan. Penerapan komunikasi untuk pembangunan dan perubahan sosial disebut komunikasi pembangunan (*Development Communication*)

Model komunkasi Partisipatif & Pembangunan Paritisipatif

Meskipun komunikasi bukanlah obat mujarab bagi segala penyakit dan gejala sosial masyarakat, seperti yang selama ini sering digaungkan. Akan tetapi komunikasi menjadi bagian terpenting untuk memberikan stimuli kesembuhan bagi mereka yang terkena penyakit.Sama halnya dengan "obat" bagi mereka yang dianggap anti terhadap pembangunan, mereka yang menolak atau mereka yang mengganggu keberlangsungan pembangunan agar patuh terhadapketentuan dan peraturan yang telah ditetapkan.

"Kemandetan" komunikasi secara nyata telah menghambat investasi berbagai bidang pembangunan yang telah direncanakan. Kisah bagaimana masyarakat bawah menolak hadirnya pembangunan di daerahnya apakah industrialisasi maupun ide-ide baru yang datang adalah gambaran nyata yang mewarnai pembangunan saat ini.

Pembangunan pabrik semen di Laweung Kabupaten Pidie yang hingga sampai saat ini masih mendapat penolakan dari masyarakat misalnya. Pendekatan komunikasi yang dikedepankan tidak memperlihatkan adanya upaya komunikasi dialogis yang dua arah antara pengembang (perusahaan dengan masyarakat setempat).

Sebaliknya, keduanya saling serang dan saling menyalahkan. Altenatif komunikasi selanjutnya yang mesti dilakukan ialah komunikasi dialogis yang melibatkan banyak berbagai pihak yang berkepentingan, yaitu perusahaan, masyarakat dan pemerintah. Perusahaan memiliki kepentingan untuk investasi, masyarakat mendapatkan pekerjaan dan penawaran jasa sedangkan pemerintah mendapatkan kepercayaan dari konsituennya.Keterlibatan ketiga pihak tersebut dalam proses komunikasi dialogis untuk mencapai kesamaan makna dapat disebut dengan *multi step flow communication.* Yaitu komunikasi yang sikuler antara pemilik informasi (sumber) dan penerima pesan (komunikan) memiliki status sosial yang sama untuk bertukar pesan. Sehingga antara ketiga belah pihak yang berkepentingan tidak memiliki kontrol yang lebih dominan terhadap informasi dan tidak ada pihak yang menguasai pesan dan proses komunikasi.

Mesti diingat bahwa investasi menjadi salah satu kunci utama pembangunan Nasional dan di belahan negara manapun. Pertumbuhan perekonomian Indonesia juga sangat ditentukan oleh alur investasi yang masuk ke negaranya. Faisal Basri ekonom senior Indonesia memberikan gambaran konkrit yang menjelaskan bagaimana Indonesia mampu bertahan di tengah guncangan (*distruption*) ekonomi global pada tahun 2009 bersama dengan Cina dan India. Ketika itu Indonesia mencatat pertumbuhan ekonomi 4,6 persen meskipun lembaga keuangan dunia memprediksi pertumbuhan ekonomi Indonesia 0 persen bahkan negatif. Faktor yang mendukung pertumbuhan tersebut selain meningkatnya konsumsi domestik masyarakat juga investasi yang menggeliat yang ditandai dengan sumbangsih pembentukam modal tetap bruto (*gross fixed capital formation*) terhadap produk domestik bruto (PDB) menembus 30 persen (Basri, 2013: 4-5).

Pertumbuhan ekonomi yang mengandalkan sektor investasi juga terasa hingga tahun 2018 pada triwulan I sebesar 5,06 persen. Bahkan investasi juga merupakan tumpuan harapan bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia dengan porsi 32 persen terhadap produk domestik bruto (PDB). Dilihat dari sejarah panjang beberapa tahun sebelumnya juga investasi juga memberi sumbangsih yang lumayan besar

Seperti yang dijelaskan pada bagian sebelumnya bahwa kemiskinan yang dialami oleh sekelompok masyarakat maupun individu merupakan akumulasi dari berbagai akar persamalahan yang saling terkait. Program pembangunan yang ditempuh juga semestinya mampu menjawab akar persoalannya secara menyeluruh dan tidak mungkin dapat dipisahkan. Jika orientasi pembangunan hanya sebatas pada pemberian pada bantuan lunak seperti modal, maka ini belum dapat menyelesaikan persoalan kemiskinan berkelanjutan hingga seseorang yang dianggap miskin bisa

bangkit menjadi masyarakat sejahtera. Fakta empiris dari bebragai modal bantuan yang dikucurkan kepada kelompok sasaran masayatakat miskin dalam bentuk usaha. Ketika bantuan (modal) habis, maka usaha yang dijalaninya juga terhenti. Pola pengentasan kemiskinan seperti ini dikarenakan hanya melihat latar belakang kemiskinan hanya dari satu variabel tunggal dan menayikan variabel lainnya yang saling terkait.

Pengetasan kemiskinan seyogyanya dimulai dari keterlibatan masyarakat miskin itu sendiri untuk membangun dirinya. Yaitu melibatkan keterlibatan masyarakat (*community*) seutuhnya dalam proses pembangunan. Masyarakat berpartisipasi secara aktif dari perencanaan, pelaksanaan dan pengontrolan terhadap pelaksanaan pembangunan. Pembangunan paritisipatif ini awal mulanya diperkenalkan oleh Rogers (1986) yang melhat pentingnya partisipasi masyarakat secara luar untuk mengontrol lingkungannya dalam upaya untuk meningkatkan keadaan sosial dan materi.

Pola pembangunan partisipatif ini beranjak dari pengalaman pembangunan yang cenderung instruksionis, yaitu pendekatan pembangunan yang menempatkan masyarakat sebagai target dari pembangunan bukan subjek pembangun seperti yang terdapat dalam pendekatan partisipatoris.Sekilas pedekatan instruksionis lebih sederhana dalam implementasiannya, karena pembangunan diselenggarakan tidak melalui sebuah proses panjang dan berdialektis.Pemerintah merencanakan pembanguna, melakukannya, dan mengontrolnya. Sedangkan masyarakat hanya menjadi pengguna. Namun pada kenyataannya pendekatan ini mendapat banyak kendala, yaitu penolakan secara radikal maupun diam-diam. Pendekatan seperti ini dalam beberapa pembangunan tertentu juga masih terlihat dengan jelas sampai kini, seperti revitalisasi pasar, penertiban pedagang kaki lima, dan penertiban gedung liar yang sering mendapat penolakan bahkan terlibat dalam pertikaian antara warga/ pedagang dengan Satuan Polisi Pamong Praja. Masyarakat akan menjadi "beringas" melihat kenyataan yang sebenarnya di luar dari harapan yang diinginkannya.

Pola seperti ini juga sangat bertolak belakang dengan prinsip pembangunan itu sendiri yang salah satu substansinya ialah mendorong perubahan-perubahan mendasar pada masyarakat ke arah yang lebih baik bukan sebatas pada perbaikan dari ekonominya belaka. Perubahan yang dimaksud juga bukanlah perubahan secara fisik semata. Dari yang dulunya tidak ada kini menjadi ada, dari yang dulunya rusak kini membaik, dari yang sebelumnya kumuh menjadi tertib dan rapih. Tentu perubahan ialah perubahan menyuluruh pada dimensi sosial, budaya, politik, ekonomi dan pendidikan dan yang pastinya, pembangunan dapat memastikan masyarakat keluar dari kemiskinan yang dideritanya.

Pembangunan partisipatif juga meminimalisir ketimpangan keterlibatan perempuan dan laki-laki dalam struktur pembangunan. Pembangunan dengan tipe *up to down* seperti yang dikemukakan di atas secara tidak langsung tidak

memberikan peluang kepada perempuan untuk terlibat secara luas pada proses pembangunan. Perempuan seolah hanya mampu mengurus persoalan domestik yang berada di dalam rumah belaka. Domestifikasi ini tidak hanya saja berimplikasi terhadap masa depan perempuan yang suram, melainkan juga akan menghambat berjalannya pembangunan itu sendiri. Dalam pendidikan, domestifikasi (dalam bentuk ruang yang sempit dan tertutup) bagi perempuan sering dianggap sebagai wadah untuk melindungi perempuan dari berbagai ancaman dan kekerasan seksual dari luar justru sebaliknya yang akan terjadi. Lepasnya kontrol publik akan menimbulkan kekerasan tetutup dan terselubung yang membuat perempuan sulit untuk mengungkannya di hadapan publik.

Arus komunikasi yang terjadi dalam pembangun partisipatif akan terbuka. informasi tidak hanya berada dan beredar sebatas pada elit-elit politik pembangunan, orang kaya (pemodal) dan mereka yang memiliki kekuasaan. Semua masyarakat memiliki hak yang sama dalam prinsip komunikasi /pembangunan partisipatif tanpa terkecuali. Prinsip ini juga sesuai dengan Mikkelsen (2011) mengutip pendapat Jamieson, bahwa pembangunan partisipatif mengidentifikasikan dua pendekata yaitu: (1) keterlibatan masyarakat (publik) maupun komunitas setempat dalam pemilihan, perancangan, perencanaan, dan pelaksanaan program yang akan menentukan mereka, sehingga persepsi, sikap, pemikiran, dan nilai-nilai serta ilmu pengetahuan ikut dipertimbangkan secara penuh; (2) memberikan ruang tanggapan maupun sanggahan (*feedback*) dari lawan bicara yang pada hakikatnya merupakan bagian tak terlepaskan dari kegiatan pembangunan.

Dari kasus yang terjadi di Bangladesh seperti yang dikemukakan di atas faktanya memang didasari pada tidak transparannya elit dan penguasa pada jajaran pemerintahan. Bantuan kemanusiaan yang datang dalam jumlah yang besar belum mampu menghantarkan masyarakat Banglades terutama perempuan dari jeratan kemiskinan, sebaliknya bantuan masuk ke dalam kantong oknum-oknum pejabat hal cukup meyakinkan dengan masuknya Banglades sebagai negara terkorup ke-dua di dunia setelah Azerbaijan berdasarkan data dari Transparancy International tahun 2012 (Pujiyanti, 2015). Bantuan kemanusiaan yang semestinya didistribusikan kepada warganya dengan benar terkendala oleh sistem yang dibangun secara vertikal (*up to down*) dan tersentralisasikan. Dari sini tampak pula minimnya keterlibatan masyarakat (*community*). Idealnya keterlibatan masyarakat menyuluruh pada seluruh aspek pembangunan. Kepala Negara semestinya dalam menjalankan organisasi kengeraannya harus mengedapankan perilaku komunikasi integratif agar tercapainya kesamaan makna antara pemimpin dengan pihak yang dipimpinnya.

Persoalan yang mucul kemudian pada praktik komunikasi partisipatif ialah keefektifan aktifitas komunikasi itu sendiri. Komunikasi dikatakan efektif bila rangsangan yang disampaikan oleh pengirimnya ataupun sumber pesan, sejalan denganrangsangan yang ditangkap dan dipahami oleh penerima pesan. Limafaktor

yang dapat dipakai sebagai ukuran untuk menetapkan komunikasiberjalan dengan efektif, yaitu:

1. pemahaman terhadap pesan oleh penerima pesan,
2. memberikan kesenangan kepada pihak – pihak yang berkomunikasi seperti halnya dalam mempertahankan hubungan,
3. mampu mempengaruhi sikap orang lain,
4. memperbaiki hubungan,
5. memberikan hasil yang sesuai dengan yang diinginkan dalam bentuktindakan dari penerima pesan.

Secara linier, komunikasi partisipatif dalam hal pembangunan menilai pentingnya kepatuhan yang ditunjukkan oleh sasaran pembangunan (komunikan). Mendorong seseorang untuk menggunakan alat dan instrumen terbaru menggantikan peralatan dan sistem yang sudah lama dan dianggap lebih relevan bukan persoalan sederhana. Dalam terori difusi inovasi masyarakat untuk menerima ide dan teknologi yang baru dibutuhkan proses, sehingga mereka benar-benar patuh terhadap ide baru yang diajukan.

Mawell dan Schmitt melihat mendapatkan kepatuhan (*gaining compliance*) sebagai keniscayaan dalam komunikasi. Kepatuhan adalah suatu hal lain yang diberikan oleh pencari kepatuhan agar terjadi pertukaran sosial. Kekuasaan maupun wewenang yang dimiliki seseorang tidak begitu berarti, jika yang dipimpin tidak memiliki kepatuhan terhadap apa yang disarankan. Agen-agen perubahan seperti LSM, akademisi juga penguasa melihat kepatuhan menjadi hal terpenting yang didapatkan dari sasaran pembangunan. Melalui kekuasaan dan wewenang yang dimiliki, pesan-pesan pembangunan akan mudah disalurkan.

Wheeles (dalam Morisan, 2013) mengemukakan tiga tipe umum kekuasaan yang berkaitan dengan mendapatkan kepatuhan.

1. Kemampuan untuk memanipulasi konseukuensi dari suatu arah tindakan tertentu (*ability "to maniulate the consequence of" a certain course of action*)
2. Kemampuan untuk menentukan posisi hubungan (*realtion position*) seseorang dengan orang lain. Di sini orang yang memiliki kekuasaan yang dapat mengidentifikasi elemen-elemen tertentu dari suatu hubungan yang dapat membawa kepatuhan.
3. Kemampuan untuk membentuk nilai, kewajiban dan keduanya (*to define, obligations, or both*). Yaitu seseorang memiliki kredibilitas untuk mengatakan kepada orang lain berbagai norma tindakan yang diterima atau diperlakukan.

Tipologi kekuasaan ini menyadari adanya korelasi yang penting dalam mendapatkan kepatuhan antara kekuasan dan kepatuhan. Karena kekuasaan memiliki sumber daya yang cukup untuk terjadinya pertukaran. Misalnya, dalam

konteks pembangunan. Penguasa akan memberikan kompensasi dalam bentuk materi kepada mereka yang direlokasi dari tanahnya untuk pembangunan waduk, jalan, rel kreta api dan sebagainya dan warga akan memberikan tanahnya kepada penguasa. Hal ini terjadi karena negara memiliki sumber daya yang cukup. Penguasa juga memiliki alternatif pilihan lainnya jika sewaktu-waktu kepatuhan itu juga tidak terwujud dengan mengedepankan pendekatan persuasif. Karena inti dari teori mendapatkan kekuasaan ini ialah pendekatan persuasif.

Sama halnya dengan agen-agen perubahan yang berperan penting dalam mendorong terwujudnya partisipatif warga dalam pembangunan. Pembangunan desa melalui dana desa yang dikucurkan oleh pemerintah Indonesia untuk mendorong kemandirian pada warga dan desanya. Secara substansi dana desa menyadari bahwa keberadaan warga masyarakat desa tidak lagi dapat dijadikan sebagai objek pembangunan yang pasif, mereka adalah bagian terpenting dari berjalannya pembangunan bukan penting untuk pembangunan. Akan tetapi, persoalan kemudian mencuat dimana agen-agen pembangunan desa (aparatur desa dan pendamping desa) dihadapi pada minimnya kepatuhan warga terhadap seruannya.

Warwell (Little Jhon dan Foss, 2005) memberikan daftar panjang bagaimana membujuk orang lain untuk mendapatkan apa yang ingin dicapai. Terdapat 17 setrategi mendapatkan kepatuhan menurutnya, akan tetapi daftar panjang ini terlihat rumit dan ia mengelompokkannya menjadi lima kelompok. *Pertama,* pemberian hukuman (diantaranya ialah dalam bentuk janji), *kedua, punishment* (juga dapat dalam bentuk ancaman terhadap orang lain), *ketiga, expert* (menunjukkan pengetahuan terhadap penghargaan), *keempat* komitmen impersonal (misalnya daya tarik), *kelima* komitmen personal (misalnya memberikan utang).

Dalam kontek pembanguna partisipatif yang dimotori oleh Muhammad Yunus melalui Bang Garmeen yang didirikanya di Bangladesh dan sistem tenggang renteng di Indonesia, kapatuhan dari warga sasarannya yang mayoritas adalah perempuan terwujud karena ia memiliki pengaruh yang cukup baik. Mekanisme perbankan yang diterapkannya menghendaki masyarakat miskin setempat patuh dengan sukarela sehingga pemberdayaan warganya tidak mendapatkan kendala yang cukup berbarti. Mengacu kepada lima prinsip dasar dalam membujuk (mempersuasi) kepatuhan di atas, kepatuhan warganya terjadi dengan sendirinya, tanpa ada paksaan meski Muhammad Yunus memiliki wewenang atas itu.

Kepatuhan juga dapat dibangun melalui komunikasi dialogis guna mewujudkan partisipasi anggota kelompoknya. Pemberdayaan mustahil akan terwujud jika pola komunikasi yang dbangun bersifat satu arah saja. Artinya informasi adalah milik semua anggota komunitas dan mengalir kepada masing-masing anggota. Melalui dialog informasi akan berjalan dan bergerak kepada masing-masing anggota keolompok secara terbuka. Masing-masing anggota akan saling tukar pikiran dan ide serta berbagi pengalaman atas apa yang mereka alami.

Lebih dari pertukuran informasi, pada dialog komunikasi yang terjadi akan memberikan makna pada hubungan bukan sebatas pada perturakan pesan. Karenanya hubungan antar anggota dalam organisasi pemberdayaan berbeda dengan bentuk hubungan pada organisasi-organisasi industri yang sangat kental pada sistem hirarki. Karena adanya kepentingan individu dan organisasi yang kadangkala saling bertentangan.

Pada sistem tanggung renteng tidak tertutup kemungkinan juga akan terbentunya komunikasi yang dialektis seperti ini, sejauh individu-individu dalam kelompok saling bertentangan dalam mencapai keputusan bersama. Benang merah untuk mencapai kata sepakat jika pertentangan ide, pendapat dan gagasan saling diperbenturkan bukan didiskusikan secara terbuka adalah petakan bagi keharmonisan komunikasi dalam organisasi yang basisnya adalah "kebersamaan". mengedepankan perbedaan diri sendiri sebagai individu (*self*) dan mereka (*other*) dalam satu interaksi (*relationship*) secara simultan dan radikal semakin mempersulit interaksi kelompok.

Muara dari kesukesesan pembangunan partisipatif terletak pada agen-agen pembangunan itu sendiri. sejauh mana mereka memiliki kemampuan untuk mempersuasi masyarakat, pendekatan-pendekatan pembangunan yang dilakukan juga mencerminkan dari kemampuannya untuk memimpin. Karena prinsip dari pembangunan keikutsertaan maka tugas utama dari agen-agen pembangun mesti memiliki kemampuan pengorganisasian yang mupun. Kredibilitas agen menjadi keharusan bagi terdorongnya pembangunan. Mereka adalah informan yang memiliki informasi dan pesan yang dibutuhkan.Hovland, Janis, dan Kelley pada tahun 1953 merumuskan tiga konsep penting dimana seorang informan kredibel sebagai seorang komunikator, melalui teroi kredibilitas sumber.

Source credibility tehory penting untuk melihat kredibilitas seseorang dalam menjalankan peranannya dalam masyarakat. Teori ini dikembangkan olehHovland, Janis, dan Kelley tahun 1953. Teori ini menjelaskan bahwa seseorang dimungkinkan lebih mudah dibujuk (dipersuasi) jika sumber-sumber persuasinya (bisa komunikator itu sendiri) cukup kredibel. Cukup mudah untuk memahami teori ini dalam konteks kasus. Kita akan lebih percaya dan cenderung menerima dengan baik pesan-pesan yang disampaikan oleh orang yang memiliki kredibilitas di bidangnya. Credibilitas memang tidak hanya berupa orang, tetapi bisa juga sumber-sumber yang lain, misalnya jenis produk, atau jenis kelembagaan tertentuyang bukan orang secara perorangan.

Seseorang komunikator harus mempunyai kemampuan untuk melakukanperubahan sikap, pendapat, dan tingkah laku apabila dirinya terdapat faktor-faktor kredibilitas dan attractiveness. Rogers mengatakan kredibilitas adalah tingkat di mana komunikator dipersepsi sebagai suatu kepercayaan dan kemampuan oleh penerima. Hovland dalam penelitiannya mengatakan bahwa

pesan yang disampaikan oleh komunikator yang tingkat kredibilitasnya tinggi akan lebih banyak memberi pengaruh kepada perubahan sikap dalam penerimaan pesan daripada jika disampaikan oleh komunikator yang tingkat kredibilitasnya rendah (Severin, 2007: 190).

Pengertian kredibilitas sumberi nformasi (*source credibility*) menurut Hass (1981) dalam Lee dan Koo (2012) adalah salah satu faktor penting dalam memberikan kejelasan (*unbiased*), kepercayaan (*believable*), kebenaran (*true*), dan faktual (*factual*). Jika kredibilitas sumber informasi terdapat ketidak jelasan dan membingungkan, maka dengan menganalisis *source credibility* akan mereduksi atau mengurangi ketidak jelasan tersebut. Susman dan Siegel (2003) dalam Chia-Ying Li (2013) mengatakan bahwa kredibilitas sumber merupakan faktor yang memberikan konsumen untuk dapat mempercayai adanya suatu informasi. Lee dan Koo(2012) juga memiliki pandangan yang sama bahwa source credibility menjadi suatu tingkat analisis untuk menentukan apakah informasi layak untukdibaca dan diadopsi. Ditekankan pulaoleh Litvin, Goldsmith, dan Pan (2008); Chia-Ying Li (2013) bahwa jika informasi tersebut memiliki kredibilitas, maka dapat menjadi sebuah pesan yang persuasif dan dapat mempermudah konsumen dalam pengambilan suatu keputusan

Kredibilitas menunjukkan nilai yang dihasilkan dan keahlian dalam mengukur sejauh mana seorang komunikator diterima sebagai suatu sumber pernyataan yang tegas dan valid. Sifat dapat dipercayai merupakan tingkat kepercayaan dalam tujuan komunikasi yang mempertimbangkan kebenaran (Susanto, 2013:26). Lebih lanjut ia mengemukakan terdapat dua hal yang dipercayai yaitu dipercayainya pesan atau informasi dan dipercayainya sumber pesan terebut.

Epilog

Komunikasi partisipatif memberikan harapan bagi pembangunan yang berkeadilan dan pengentasan kemiskinan tepat pada sasarannya. Diakui bahwa kemiskinan bukan sebatas pada ketidak mampuan si miskin untuk hidup berkecukupan. Kemiskinan terkait erat dengan keterlibatannya dalam mengelola kekayaan Negara yang diperuntukkan kepada masyarakatnya secara adil. Negara memiliki tanggungjawab yang besar untuk memberikan rasa keadilan tanpa melihat latar belakang seseorang terlebih memberikan ruang pemisah gender. Praktik-praktik pembangunan partisipatif telah banyak dipraktikkan dan berhasil membangun komunitas msayarakat yang madani. Muhammad Yunus diantaranya yang melakukan trobosan penting untuk menolak ide dominan pembangunan yang sentralistik dan kental akan konsep-konsep kapitalis. Upayanya menjadikan perempuan dan kelompok rentan sebagai pelopor pembangunan di Bangladesh melalui Garmeen Bank ibarat sebuah asa di tengah gurun pasir yang gersang dan terik. Hal yang serupa juga terjadi di Indonesia, istilah ekonomi kerakyatan yang

diproyeksikan dalam wadah sistem perkoperasian menjelma jadi kekuatan besar menjaga stabilitas perekonomian dan meningkatkan martabat si miskin. sebagai wadah organisasi bisnis koperasi dibangun di atas pondasi nilai-nilai kekeluargaan dan rasa tanggungjawab. Dengan demikian, pengentasan kemiskinan tidak berarti sebatas pada pemenuhan atas hak-hak ekonominya semata. Masyarakat miskin mesti mendapatkan kesempatan yang sama dengan masyarakat lainnya, termasuk hak untuk berkomunikasi.

Referensi

Arissw. Muhammad Yunus. https://www.kompasiana.com/arissw/54f90b4aa33311b9188b4be5/muhammad-yunus

Arsyad, Lincolin (2004) Ekonomi Pembangunan, Yogyakarta: STIE YKPN

Basri, Faisal (2013) MenemukanKonsensus Kebangsaan Baru: Negara, Pasar, Dan Cita-Cita Keadilan. Jakarta:Pusat Studi Agama & Demokrasi (PUSAD)Yayasan Wakaf Paramadina.

Blake, Reed H., and Haroldsen, Edwin O.(2003) *Taksonomi Konsep Komunikasi.* Cetakan Ke-1. Terj. Hasan Bahanan. Surabaya: Papyrus,.

Kecuk Suhariyanto, 2011. "Jumlah Si Miskin," Kompas.

Littlejhon, Stephen W dan Karen A Foss (2005). *Theori of Human Communication.* Edisi keenam.New Mexico: Wadsworth Publishing Company, Albuquerque:

Samovar Larry A (2010) *Komunkasi Lintas Budaya.* Bandung: Salemba

Mikkelsen, B. (2011). *Metode Penelitian Partisipatoris dan Upaya Pemberdayaan : Panduan Bagi Praktisi Lapangan*. Jakarta: Yayasan OborIndonesia.

Morrisan (2013): Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Pujiyanti, Yunita Rizki (2015) Dari Korban Menjadi Pahlawan: Peran Wanit dalam Mengatasi Kemiskinan di Bangladesh (Studi Kasus *the Hunger Project*). Jurnal Hubungan Internasional Tahun VIII Januari-Juni 2015

Saripuddin, Udin (2013) *Sistem Tanggung Renteng dalam Perspektif Islam (Studi Kasus di UPK Gerbang Emas Bandung)* Iqtishadia, Vol. 6, No. 2, September 2013

Schaffer, Rudof (2000) *The Early Expereince Assumption: Past, Present and Future.* International Journal Of Behavioral Dvelopment 24 (1)

Susanto, Eko. *Komunikasi Politik.* Bandung: Kencana

Vardiansyah, Dani (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi.* Cetakan Ke-1. Bogor: Ghalia Indonesia.

W. B. Gudykunst dan Y. Y. Kim (1997). *Communicating with Strangers: An Approach to Intercultural Communication,* Edisi Ke-3. New York: McGraw Hill

Biodata Penulis

Nama	:	**Teuku Alfiady, S,Sos., MSP**
Tempat tanggal lahir	:	Desa Kumbang Aceh, 4 Januari 1979
Alamat	:	Jl. Petua Ali Gg Famili Teumpok Tengoh Lhokseumawe
Alamat Kantor	:	Jalan Sumatera, Kampus Unimal Nuket Indah, Muara Satu Kota Lhokseumawe

Riwayat Pendidikan

1. S1 Ilmu Administrasi Negara Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Malikussaleh pada tahun 2004 dengan gelas Sarja Ilmu Sosial (S.Sos)
2. S2 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Unuveristas Sumatera Utara (USU) Program Studi Magister Pembangunan pada tahun 2009 dengan gelar Magister Pembangunan (MSP)

Riwayat Pekerjaan

1. Pembantu Dekan bidang kemahasiswaan pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Malikussaleh priode 2008-2011 dan 2011-2016

Mata Kuliah Yang Diampu

1. Etika Administrasi Negara
2. Pembangunan Rgional
3. Birokrasi

URGENSI KOMUNIKASI ISLAM DALAM KONSTRUKSI BUDAYA MASYARAKAT ERA GLOBALISASI

Mukmin Syaiful

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan sesuatu yanng urgen dalam kehidupan manusia. Urgensi komunikasi sangat besar dalam kehidupan sehari-hari, dimana melalui komunikasi manusia dapat mengutarakan maksud dan keinginannya serta mentransfer nilai-nilai tertentu yang diinginkan. Kesuksesan seseorang dalam segala sisi kehidupan sangat ditentukan oleh seberapa baik kemampuan komunikasi yang dimilikinya.

Komunikasi seharusnya bertujuan untuk kebaikan, tetapi yang terjadi seringkali adalah banyak manusia yang menyalahgunakan komunikasi. Berkaitan dengan hal itu, Allah SWT memberikan pesan kepada kita dalam Alquran:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓا۟ إِن جَآءَكُمْ فَاسِقٌۢ بِنَبَإٍ فَتَبَيَّنُوٓا۟ أَن تُصِيبُوا۟ قَوْمًۢا بِجَهَٰلَةٍ فَتُصْبِحُوا۟ عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَٰدِمِينَ ۝٦

Artinya : *"wahai orang-orang yang beriman, jika di datangkan orang fasik membawa berita kepadamu, maka periksalah terlebih dahulu kebenarannya dengan sangat teliti, supaya dirimu tidak membuat rugi suatu kaum tanpa mengetahui keadannya. Karena perbuatan ini dapat membuat kamu menyesal".* (Q.S. Al Hujurat ayat 6).

Menurut pemahaman dari ayat Al quran di atas, Allah Swt memerintahkan kepada kita untuk memiliki sifat bertabayyun atau mengecek ulang kebenaran berita. Perilaku pengecekkan berita ulang merupakan salah satu sikap dalam kehidupan yang diteteap oleh agama dan ini merupakan tuntutan yang sangat bagus bagi mereka yang menerima berita.

Perubahan yang terjadi dilingkup masyarakat memang merupakan perubahan yang normal. Pengaruh perubahan tersebut sangat cepat masuk ke dalam kehidupan masyarakat, bahkan perubahan tersebut dapat berdampak langsung dan mempengaruhi perubahan di satu tempat ke tempat yang lain. perubahan yang dimaksud salah satunya modernisasi, modernisasi yaitu segala bentuk perubahan masyarakat yang berpindah melalui tahapan yaitu kondisi yang tradisional menuju masyarakat modern.

Modernisasi yang telah terealisasi di kehidupan masyarakat akan terus dirasakan dampaknya. Dampaknya yang secara langsung timbulnya perubahan globalisasi. Globalisasi merupakan proses perubahan arus informasi atau serangkaian proses yang melibatkan peningkatan dan pertumbuhan arus arah manusia, benda tempat, pemikiran manusia, serta hal-hal yang mereka hadapi dan mereka ciptakan yang menjadi hambatan atau mempercepat arus tersebut.

Komunikasi membantu kemajuan perubahan globalisasi, komunikasi menjadi hal penting ntuk terwujudnya globalisasi, dengan komunikasi seluruh aspek akan mudah terwujudkan. Namun komunikasi tidak bisa sembarangan di sampaikan, ada prinsip-prinsp komunikasi yang harus dipahami oleh masyarakat dalam menghadapi globalisasi. Dalam hal ini saya sebagai pemakalah akan membahas "*Urgensi Komunikasi Islam dalam Konstruksi Budaya Masyarakat Era Globalisasi*".

Urgensi Komunikasi Islam dalam Konstruksi Budaya Masyarakat Era Globalisasi

1. Komunikasi Islam

Komunikasi merupakan pertukaran pemikiran atau gagasan atau interaksi dalam kegiatan menyampaikan informasi antara individu ke indivisu lainnya. baik dalam bentuk komunikasi menggunakan bahasa verbal, maupun bahasa non verbal seperti gerak tubuh, dll.[1]

Islam secara bahasa memiliki makna yaitu tunduk, patuh dan damai. Islam merupakan nama agama yang diturunkan Allah Swt untuk membimbing manusia ke jalan yang benar dan sesuai dengan fitrah kemanusiaan yang bersumber pada Al quran dan hadis Rasulullah Saw. Islam juga dianggap sebagai agama dakwah yang artinya agama yang selalu mendorong pemeluknya untuk senantiasa aktif melakukan segala kegiatan dakwah guna tercapainya tujuan yang diinginkan.[2]

Komunikasi Islam dalam bahasa Arab dikenal dengan istilah *Al ittisal* yang berasal dari kata *wasala* yang berarti "sampaikan" sesuai dengan ayat Al quran Q.s Al Qashas ayat 51 :[3]

﴿٥١﴾ يَتَذَكَّرُونَ لَعَلَّهُمُ ٱلْقَوْلَ لَهُمُ وَصَّلْنَا وَلَقَدْ ۞

Artinya : *"dan sesungguhnya kami telah sampaikan firman-firman kami (Al quran) kepada mereka agar mereka mendapat pelajaran".*

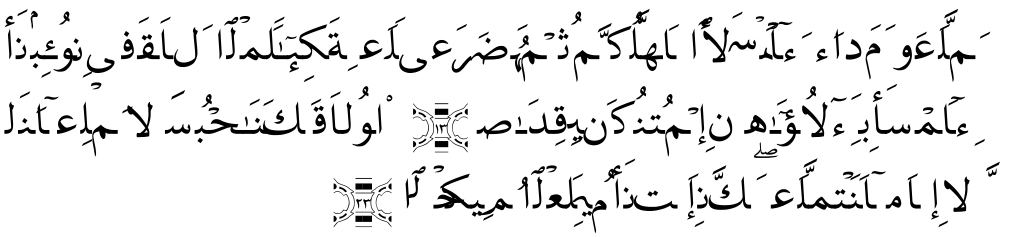
Komunikasi Islam menjunjung tinggi kebenaran yang bertujuan membentuk pandangan umum yang benar berdasarkan hakikat kebenaran agama dan memberi kesan kepada kehidupan seseorang dalam aspek aqidah, ibadah dan muamalah, komunikasi Islam sangat berbeda dengan komunikasi umum dari aspek teoritis dan

1 Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 1998), h. 19
2 Mansyur Amin, *Dakwah Islam dan Pesan Moral*, (Jakarta: Al Amin Press, 1997), h. 8
3 Syukur Kholil, *Komunikasi Islami*, (Bandung: Citapustaka Media, 2007), h. 1

praktis komunikasi Islam menjunjung kebenaran sedangkan komunikasi umum lebih mengutamakan keuntungan politik dan material. [4]

Jadi dapat di simpulkan bahwa, Komunikasi Islam adalah proses penyampaian pesan antara manusia dengan manusia yang lain yang disandarkan pada ajaran Islam. Artinya bahwa komunikasi Islam adalah cara berkomunikasi yang bersifat Islami yang beracuan pada Al quran dan hadis nabi Muhammad Saw.

Kedudukan komunikai dalam Islam mendapat tekanan yang cukup kuat bagi manusia sebagai anggota masyarakat dan sebagai makhluk Tuhan. Salah satu dialog pertama kali yaitu antara Allah, Malaikat, dan manusia yaitu dialog yang menggambarkan salah satu potensi manusia yang dianugerahi Allah Swt. Kepada manusia potensi tersebut dapat dilihat dalam Q.S Al Baqarah ayat 31-31 :



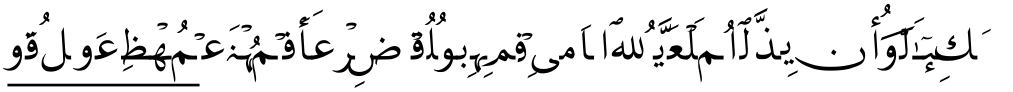
Artinya : 31. *dan Dia mengajarkan kepada Adam Nama-nama (benda-benda) seluruhnya, kemudian mengemukakannya kepada Para Malaikat lalu berfirman: "Sebutkanlah kepada-Ku nama benda-benda itu jika kamu mamang benar orang-orang yang benar!" 32. mereka menjawab: "Maha suci Engkau, tidak ada yang Kami ketahui selain dari apa yang telah Engkau ajarkan kepada kami; Sesungguhnya Engkaulah yang Maha mengetahui lagi Maha Bijaksana."*

Komunikasi secara sederhana, dapat didefinisikan sebagai proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan akibat tertentu. Dalam pelaksanannya, komunikasi dapat dilakukan secara primer atau langsung dan secara skunder atau tidak langsung. Komunikasi akan berhasil jika komunikator menyampaikan informasi sesuai dengan kerangka acuan seperti pengalaman dan pengertian yang dialami dan diperoleh komunikan.

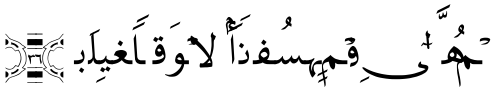
Seperti halnya definisi komunikasi, maka objek material komunikasi Islam itu adalah sama dengan objek material komunikasi umum yaitu manusia. Objek formal komunikasi Islam yaitu pesan-pesan berdasarkan Al quran dan hadis. Prinsip-prinsip dalam berkomunikasi telah dijelaskan di dalam Alquran yaitu ada 7 prinsip komunikasi yaitu :

1. *Qaulan Baligha* (perkataan yang menyentuh jiwa)

   Allah Swt berfirman dalam Q.S. An Nisa ayat 63 :

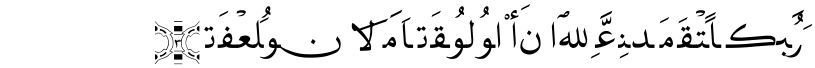


[4] Andi Abdul Muis, *Komunikasi Islam*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), h. 65



Artinya : *Mereka adalah orang-orang yang Allah telah mengetahui apa yang ada di dalam hati mereka, karena itu berpalinglah dirimu dari mereka dan berilah mereka pelajaran dan katakanlah kepada mereka perkataan yang menyentuh jiwa mereka.*

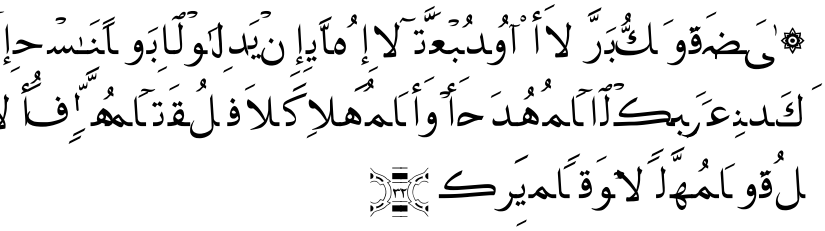
Ayat ini diturunkan oleh Allah Swt berkaitan dengan sikap orang munafik yang tidak sesuai perkataan dan perbuatannya, sekalipun demikian ketika mengajak mereka kepada jalan kebenaran harus menggunakan bahasa yang menyentuh jiwa. Dalam pandangan Allah orang yang tidak sesuai antara perkataan dan perbuatan besar kutukan Allah Swt kepadanya. Firman Allah Swt dalam Q.S. As shaff ayat 3 :



Artinya : *sangat besar murka dan kebencian di sisi Allah jika kamu mengatakan apa-apa yang tidak kamu kerjakan.*

2. *Qaulan Karima* (komunikasi yang mulia)

Allah Swt berfirman dalam Q.S. Al Isra' ayat 23 :



Artinya : *dan Tuhanmu telah memerintahkan supaya kamu jangan menyembah selain dia dan hendaklah kamu berbuat baik pada ibu bapakmu dengan sebaik-baiknya. Jika salah seorang diantara keduanya atau kedua-duanya sampai berumur lanjut dalam pemeliharaanmu. Maka sekali-kali janganlah kamu mengatakan kepada keduanya perkataan "ah" dan janganlah kamu membentak dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang mulia*

Ayat ini diturunkan oleh Allah Swt berkaitan dengan sikap anak kepada kedua orang tuanya yang harus patuh, hormat, berbuat baik dan tidak boleh durhaka. Ketika orang tua telah usia senja dan tinggal di rumah bersama anak atau tidak, anak tidak boleh berkata "ah" atau membentaknya tapi gunakanlah bahasa yang mulia, baik, lembut, penuh kebaikan dan penghormatan. [5]

3. *Qaulan Maysura* (bahasa yang mudah dipahami)

Qaulan maysura artinya bahasa yang mudah, tidak menyinggung perasaan sehingga tidka menimbulkan salah pengertian. Allah Swt berfirman dalam Q.S. Al

[5] M Quraish Shihab, *Tafsir Al Misbah*, (Jakarta: Lentera Hati, 2011), h. 74

Isra' ayat 28 :

وَإِمَّا تُعْرِضَنَّ عَنْهُمُ ابْتِغَاءَ رَحْمَةٍ مِّن رَّبِّكَ تَرْجُوهَا فَقُل لَّهُمْ قَوْلًا مَّيْسُورًا ﴿٢٨﴾

Artinya : *dan jika kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu, yang kamu harapkan maka katakanlah kepada mereka ucapan yang pantas.*

Ayat ini berkaitan dengan sikap ornag beriman kepada fakir miskin, ibn sabil dan para dua'fa jika tidak mampu memberikan bantuan, infaq maupun sedekah maka hendaklah meninggalkan mereka dengan menggunakan bahasa yang mudah sehingga tidak menimbulkan salah paham.

4. *Qaulan Layyina* (bahasa lemah lembut, santun)

Pentingnya bahasa lemah lembut dijelaskan Allah Swt dalam Q.S. Thaha ayat 43-44 :

اذْهَبَا إِلَىٰ فِرْعَوْنَ إِنَّهُ طَغَىٰ ﴿٤٣﴾ فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ ﴿٤٤﴾

Artinya : *43. Pergilah kamu berdua kepada Fir'aun, Sesungguhnya Dia telah melampaui batas; 44. Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, Mudah-mudahan ia ingat atau takut"*

5. *Qaulan Sadida* (ucapan yang benar)

Qaulan Sadida, artinya ucapan yang benar dan adil landasannya adalah takwa, Allah Swt berfirman dalam Q.S. An Nisa' ayat 9 :

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَافًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٩﴾

Artinya : *dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan Perkataan yang benar.*

Ayat ini diturunkan Allah Swt berkaian dengan perintah kepada manusia agar tidak meninggalkan keturunan lemah dalam bidang akidah dan ekonomi. Sehingga mereka punya masa depan yang cerah dan sejahtera. Untuk memperoleh kehidupan sejahtera perlu dilandasi dengan ketakwaan dan orang yang takwa pada dasarnya adalah orang yang adil dan jujur.

6. *Qaulan Ma'rufa* (perkataan yang pantas)

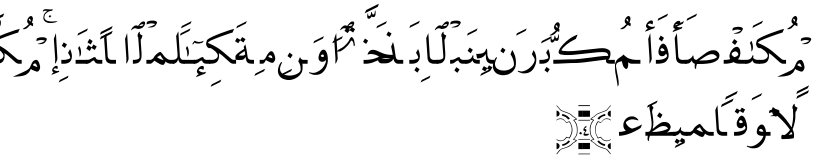
Allah Swt berfirman dalam Q.S. An Nisa' ayat 8 :

Artinya : *dan apabila sewaktu pembagian itu hadir kerabat, anak yatim dan orang miskin, Maka berilah mereka dari harta itu (sekedarnya) dan ucapkanlah kepada mereka Perkataan yang baik.*

Ayat ini menjelaskan tentang pentingnya etika bahasa yang baik ketika membagi harta warisan yang dihadiri oleh keluarga, anak yatim, maupun kaum fakir miskin. Pada kenyataanya pembagian harta warisan sering kericuhan antara keluarga karena tidak menggunakan bahasa yang baik, artinya tidak adil dan tidak memberi hak anak yatim dan keluarga.

7. *Qaulan 'Azima* (menghindari perkataan bohong)[6]

Allah Swt berfirman dalam Q.S. Al Isra' ayat 40 :



Artinya : *Maka Apakah patut Tuhan memilihkan bagimu anak-anak laki-laki sedang Dia sendiri mengambil anak-anak perempuan di antara Para malaikat? Sesungguhnya kamu benar-benar mengucapkan kata-kata yang besar (dosanya).*

2. Era Globalisasi

Globalisasi merupakan paradigma yang paling berpengaruh sejak permulaan tahun 90-an dalam persoalan humaniora. Fenomena ini juga menunjukkan mulai memudarnya kepercayaan sebagian umat manusia terhadap kehidupan tradisional yang selama ini ia jalani. Munculnya globalisassi sebagai anak "keturunan pemikiran dari modernitas dan postmodernitas merupakan pertanda historis dari berkembangnya dunia tradisional.

Globalisasi bukanlah satu-satunya pusat perubahan. Karena disamping globalisasi, masih ada tradisi kehidupan lain dengan pusat-pusat perubahan pada dunia lokal. Bahkan dunia global hanyalah bentuk kehidupan yang memberi ruang untuk bergabungnya bagian-bagian lokal, sehingga membentuk *global malange*.

Sepanjang tahun 1980-an, negara tampaknya diserbu oleh berbagai tantangan baik dari luar maupun dari dalam negara sendiri. Akibatnya, muncul banyak

[6] Sahrul, *Filsafat Dakwah*, (Medan: Perdana Mulya Sarana, 2014), h. 74

lieteratur yang menyatakan bahwa negara telah mati. Pengamatan sekilas terhadap globalisasi menunjukkan bahwa negara-negara tetap menjadi pemain kunci dalam ekonomi global saat ini. Teori-teori radikal tersebut meliputi para penulis yang mengamat globalisasi dan yang berargumen bahwa perusahaan multi nasional dan bukan negara yang menjadi penyedia, kemakmuran ekonomi yang efetif. Mereka juga mencakup para pengkritik keras globalisasi telah menimbulkan perubahan sosial yang dramatis. Perspektif globalisasi radikal menekankan faktor-faktor yaitu :

1. Perkembangan dan tersedia luasnya teknologi komunikasi berbiaya murah seperti kabel fiber optik, mesin fax, transmisi digital, dan satelit. Yang berarti bahwa penduduk negara semakin menjadi sasaran kebudayaan global yang berada di luar kendali kekuasaan pemerintah.
2. Kemunculan MNCs yang sekarang mempunyai sumber daya untuk menyaingi banyak negara, namun tidak seperti negara ia tidak terkungkung batas geografis dan dengan mudah memindahkan pabrik mereka sesuai perubahan permintaan dan ketersediaan kelebihan lokal seperti biaya upah murah, pajak usaha rendah, maupun serikat buruh yang lemah.
3. Semakin mengglobalnya sifat perdagangan, yang membuat negara tidak mampu membuat kebijakan ekonomi yang efektif. Negara semakin harus menjawab faktor-faktor yang berada di luar kontrolnya, seperti desakan MNCs dan flutuasi pasar finansial dunia.

Ohmae mendefinisikan perubahan global menurut apa yang ia sebut sebagai empat I, investasi, industri, informasi teknologi dan konsumen individu. inovasi teknologi komunikasi dan informasi bukan saja telah meningkatkan mobilitas modal, melainkan juga mengakibatkan pekerja ahli di bidang teknik, kedokteran atau desain menjadi bisa melampaui batas-batas negara melalui antarmuka komputer yang canggih dengan para pelanggan yang berada ribuan mil jauhnya.

Secara singkat, globalisasi dapat dikatakan sebagai proses yang membuat dunia menjadi tempat yang tunggal. Sebagaimana dikatakan Martin Albrow, globalisasi merujuk pada semua proses di mana seluruh masyarakat dunia disatukan ke dalam sebuah masyarakat dunia dan masyarakat global.[7]

Globalisasi telah membuat masyarakat dunia terintegrasi sedemikian rupa, tidak hanya di bidang ekonomi, namun juga politik, sosial, budaya, teknologi organisasi, ekologi, bahkan militer. Globalisasi telah menjadikan aktor-aktor non negara semakin dominan, sementara peran negara bangsa semakin berkurang. Selain itu globalisasi juga telah membuat hubungan internasional yang tadinya diwarnai oleh sekat-sekat kedaulatan dan kebangsaan, menjadi masyarakat global yang warganya saling terhubung satu sama lain.

Mereka yang menekankan globalisasi kemudian berpendapat bahwa individu dan kelompok-kelompok lokal memiliki kekuatan besar untuk beradaptasi,

[7] Umar Suryadi Bakry, *Dasar-Dasar Hubungan Internasional*, (Depok: Kencana, 2017), h. 82

berinovasi, dan bermanuver dalam dunia yang terglobalisasi. Meskipun mereka mungkin akan terpengaruh oleh proses globalisasi, individu-individu dan kelompok yang kuat ini sepertinya tidak mungkin akan kewalahan, dan ditundukkan oleh globalisasi, mereka mampu melokaslisasi mereka. Dorongan globalisasi tidak benar-benar koersif. Sebaliknya, mereka menyediakan bahan untuk digunakan bersama dengan bahan lokal dalam penciptaan realitas glokal yang khas. [8]

3. **Urgensi Komunikasi Islam dalam Konstruksi Budaya Masyarakat Era Globalisasi**

Nilai-nilai etika komunikasi Islam pada dasarnya sangat luas. Namun secara umu, nilai-nilai etika komunikasi Islam itu adalah :

1. Bersikap jujur

   Dalam Al quran jujur identik dengan amanah, tidak menyampaikan hal-hal yang tidak diketahui, adil atau tidak memihak, tidak bertentangan antara ucapan dan perbuatan, serta mempertimbangkan kewajaran dan kelayakan suatu informasi untuk disiarkan. Komunikator dituntut untuk menjaga amanah, tidak menyampaikan hal-hal yang tidak boleh diinformasikan.

2. Keakuratan informasi

   Informasi yang disampaikan haruslah benar-benar akurat, setelah terlebih dahulu secara cermat dan seksama. Komunikan harus senantiasa bersikap teliti dan hati-hati dalam menerima informasi, sehingga telah merugikan dirinya sendiri dan orang lain. karena itu, seseorang yang terlibat dalam kegiatan komunikasi, harus melakukan chek dan rechek terhadap kebenaran sesuatu informasi yang diterimanya sebelum disampiakna kepada orang lain.

3. Bebas dan bertanggung jawab

   Dalam kegiatan komunikasi yang Islami, komunikator mempunyai kebebasan dalam menerima dan menyampaikan informasi, baik secara lisan, tulisan atau pun isyarat. Komunikator juga tidak dapat memaksakan kehendaknya agar pesan-pesan yang disampaikannya dapat diterima orang lain. pesan-pesan yang mengandung niali-nilai kebenaran sekalipun, tidak dapat dipaksakan kepada orang lain, termasuk nilai-nilai agama.

4. Kritik membangun

   Pesan-pesan komunkais yang bersifat membangun sangat ditekankan dalam komunikasi Islam. Kritik membangun yang disampaikan oleh komunikator ataupun komunikan, dapat menjadi bahan untuk perbaikan pada masa depan, dan dapat menghindari pengulangan kesalahan.

[8] George Ritzer, *McDonalisasi Masyarakat*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 20140, h. 140

Era globalisasi yang mencakup teknologi komunikasi dan informasi yang berkembang saat ini memberikan pengaruh terhadap prinsi-prinsip komunikasi Islam baik kini atau di masa depan, tantangan tersebut ada beberapa hal yaitu :[9]

1. Informasi yang dipublikasi oleh media merupakan sarana dalam penyebaran isu, baik isu positif maupun negatif. Dalam hal ini prinsip-prinsip komunikasi Islam yang seharusnya dipergunakan oleh setiap media informasi belum tentu dijadikan acuan karena prinsip komunikasi yang ada di dalam Al quran bagi beberapa pihak belum tentu bisa di gunakan dalam komunikasi internasional karna sesuai dengan kondisi yang sedang berlangsung.
2. Penyebaran informasi pada era globalisasi dapat menimbulkan sifat sekulerisme, kapitalisme, pragmatisme dan lain sebagainya. Munculnya sifat tersebut menjadi tantangan tersendiri bagi konsep komunikasi Islam karena seperti yang kita ketahui bahwa prinsip-prinsip komunikasi Islam sangat bertentangan dengan budaya barat.
3. Komunikasi informasi tentang persoalan yang tidak baik seperti pemberitaan peperangan, korupsi, seksualitas, dan tindakan kriminal lainnya menjadikan masyarakat semakin berpikir bahwa dunia terus dilanda dengan kejahatan. Terpaan media tentang hal tersebut tidak selamanya memberikan dampak yang baik karena apa yang di dengar dan dilihat masyarakat menjadikan keingintahuan tentang peristiwa tersebut semakin tinggi sehingga seiring berjalannya waktu dapat menimbulkan masalah yan baru dimasyarakat.
4. Sumber daya manusia dan sumber daya modal sangat diperlukan dalam teknologi komunikasi dan informasi. Dunia barat telah duluan menghadirkan software dan hardware yang sangat diperlukan dalam teknologi komunikasi dan informasi sehingga hampir setiap negara muslim berpangku tangan pada negara barat.

Tantangan yang telah dijelaskan diatas tidak hanya tantangan dimasa kini namun juga di masa yang akan datang. Komunikasi Islam yang memiliki prinsip sangat baik, hingga kini tidak semua media mengacu padanya karena setiap media memiliki kepentingan tersendiri dalam aspek yang berbeda. Efektifnya komunikasi antara manusia satu dengan yang lainnya akan berhasil bila memiliki acuan dalam berkomunikasi.

Kemajuan-kemajuan teknologi komunikasi informasi menyebabkan perubahan mental dan sikap sosial masrayakat berubah secara drastis. Hal ini terjadi ketika, teknologi canggih dan media komunikasi mentransformasikan budaya global dalam tingkah laku masyarakat, ikut terbawa di dalamnya teknologi dan sikap profesional dalam melakukan tindak kejatahan.

---

[9] Abd Majid, *Tantangan dan Harapan Umat Islam di Era Globalisasi*, (Bandung: Pustaka Setia, 2000), h. 56

Penguasaan informasi melalui monopoli teknologi komunikasi, termasuk juga jaringan televisi, telah menjadi sebuah kekuatan yang mampu menguasasi ideologi manusia melalui arus lintas nasional yang dapat mengakomodasi modal, manusia dan komoditas, informasi tiruan untuk hidupnya manusia secara bersama dalam waktu yang sama pula.

Pentingnya komunikasi Islam berdasarkan prinsip-prinsip Al quran menjadi pendukung dalam dunia globalisasi, karena prinsip komunikasi Islam memiliki tujuan yang baik untuk dipergunakan oleh manusia. Dalam kegiatan komunikasi Islam, komunikator haruslah berpedoman kepada prinsip komunikasi yang digambarkan di dalam Al quran dan hadis. diantaranya :

1. Memulai pembicaraan dengan salam
2. Berbicara dengan lemah lembut
3. Menggunakan perkataan yang baik
4. Menyebutkan hal-hal yang baik tentang diri komunikan
5. Menggunakan hikmah dan nasehat yang baik
6. Berlaku adil
7. Menyesuaikan bahasa dan isi pembicaraan dengan keadaan komunikan
8. Berdiskusi dengan cara baik
9. Lebih dahulu mengatakan apa yang dikomunikasikan
10. Mempertimbangkan pandangan dan fikiran orang lain
11. Berdoa kepada Allah ketika melakukan kegiatan komunikasi yang berat

Pada era globalisasi ini, komunikasi Islam memiliki dampak positif dan negatif, karena dalam era globalisasi sekarang komunikasi Islam mendapat tantangan yang cukup serius dalam merealisasikannya. Era globalisasi hampir mengubah seluruh tatanan kehidupan masyarakat dari aspek sosiologi, budaya, teknologi dan lainnya.

Aspek positif yang muncul dalam menggunakan prisip-prinsip komunikasi Islam di era globalisasi yaitu pesatnya pertumbuhan informasi dalam bidang dakwah, orang semakin mudah mengakses konten Islami dan sangat-sangat membantu dalam mengembangkan dakwah Islam. Sedangkan aspek negatif dalam penggunaan prinsip komuniasi Islam yaitu dengan mudahnya manusia mengakses berita negatif serta menyebarkannya secara cepat dalam waktu yang singkat ke seluruh dunia.

Kesimpulan

Komunikasi merupakan bagian yang tak terpisahkan dalam kehidupan manusia karena segala gerak langkah kita selalu disertai dengan komunikasi. Komunikasi yang dimaksud adalah komunikasi Islami, yakni komunikasi yang berakhlakhul karimah atau beretika. Komunikasi yang berakhlakhul karimah merupakan bersumber dari Al quran dan hadis.

Memasuki era reformasi, masyarakat Indonesia berada dalam suasana merdeka, bebas bicara tentang apa saja, terhadap siapapun, dengan cara bagaimanapun. Memasuki era reformasi orang menemukan suasana kebebasan berkomunikasi sehingga tidak jarang cara maupun muatan pembicaraan bersebrangan dengan etika ketimuran, bahkan etika Islam sebagai agama yang dianut masyarakat Indonesia.

Etika komunikasi yang harus dimiliki oleh setiap manusia adalah etika komunikasi yang berdimensi moral dengan bersumber dari ajaran suci. Teori komunikasi menurut ajaran Islam selalu terikat kepada perintah dan larangan Allah Swt atau Al quran dan hadis. pada dasarnya agama sebagai kaidah dan sebagai perilaku adalah pesan kepada warga masyarakat agar berperilaku sesuai perintah dan larangan Allah Swt.

Daftar Pustaka

Abdul Muis, Andi. 2001, *Komunikasi Islam*, Bandung: Remaja Rosdakarya.

Amin, Mansyur. 1997, *Dakwah Islam dan Pesan Moral*, Jakarta: Al Amin Press.

Arifin, Anwar. 1995, *Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar Ringkas*, Jakarta: RajaGrafindo Persada.

Cangara, Hafied. 1998, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: RajaGrafindo Persada.

Departemen Agama RI, 2010: 516

Fisher, B. Aubreyl. 1986, *Teori-teori Komunikasi*, Bandung: Remadja Karya.

Majid, Abd. 2000, *Tantangan dan Harapan Umat Islam di Era Globalisasi*, Bandung: Pustaka Setia.

Ritzer, Georg. 2014, e *McDonalisasi Masyarakat*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Sahrul. 2014, *Filsafat Dakwah*, Medan: Perdana Mulya Sarana.

Saefuddin, AM. 1990, *Desekularisasi Pemikiran: Landasan Islamisasi,* Bandung: Mizan.

Shihab, M Quraish. 2011, *Tafsir Al Misbah*, Jakarta: Lentera Hati.

Suryadi Bakry, Umar. 2017, *Dasar-Dasar Hubungan Internasional*, Depok: Kencana.

Uchjana Effendy, Onong. 1999, *Ilmu Komunikasi Teori dan praktek*, Bandung: Remaja Rosdakarya.

Biodata Penulis

Nama	:	Mukmin Syaiful
TTL	:	Hutabaru Siundol, 14 Januari 1976
Alamat	:	Ujung Batu, Kecamatan Sosa, Kab Padang Lawas
Pekerjaan	:	Kepala SMKN 1 Barumun, Padang Lawas

PENGURUS CABANG
Nahdlatul Ulama
KOTA MEDAN
Provinsi Sumatera Utara

www.pcnumedan.or.id

Biodata Editor

Muhammad Habibi Siregar lahir di Medan tannggal 25 Juli 1975 merupakan anak ke-9 dari sepuluh bersaudara. Setelah tamat S1 di fakultas Syariah IAIN SU tahun 2000 kemudian melanjutkan S2 ke kampus yang sama sehingga tamat tahun 2003. Kemudian melanjutkan S3 ke UIN Jakarta masuk tahun 2011 dan tamat 2014. Memiliki seorang istri yang bernama Rita Khairah Nasution dan tiga orang anak yang bernama Tazkia Ramadhani Siregar, Qarinaturrahmah Siregar dan Avicena Alfaruqi Siregar.

Ayahnya bernama Arsyad Siregar dan ibu bernama Halimatussa'diyah Harahap merupakan salah seorang tokoh dari TABAGSEL (Tapanuli bagian Selatan) yang banyak terlibat dalam kegiatan pendidikan di era awal tahun 60-an sampai 70-an. Ayahnya mendirikan *teological school* di Desa Gunung Manaon yang menjadi cikal bakal fakultas Ushuluddin di Padang Sidempuan awalnya cabang dari IAIN Imam Bonjol Padang (sekarang UIN) kemudian dipindahkan ke Medan sehingga terbentuknya IAIN Medan tahun 1973. Sama dengan kedua orang tuanya. Muhammad Habibi Siregar mengikuti jejak kedua orang tuanya banyak berkecimpung dalam berbagai kegiatan akademisi maupun kemasyarakatan. Muhammad Habibi Siregar aktif di dalam kegiatan sosial juga saat ini aktif sebagai mengisi salah kolom surat kabar lokal.

Selain sebagai Dosen di kampus yang sama, Muhammad Habibi Siregar memiliki berbagai pengalaman akademisi beberapa kegiatan seminar maupun *training* di dalam dan luar negeri. Tahun 2012 pernah diundang salah seorang pembicara seminar di ARI (Asia Research Institute) NUS Singapore, *training* di Goetingen University German tahun yang sama. Tahun 2013 *training* di Leiden University Belanda dan presentasi makalahnya di Hamburg University di tahun yang sama. Kemudian tahun 2014 mengikuti berbagai *training* di beberapa kampus di Canada seperti McGill University di bidang *leadership dan Social Enagagement.* Tahun 2016 mengikuti *training* tentang pemberdayaan masyarakat di Newcastle University Australia. Kemudian tahun 2017 melakukan kunjungan ke Saudi Electronic University di Riyadh untuk melakukan kerjasama tentang standarisasi penilaian kemampuan bahasa Arab. Di awal tahun 2018 juga ikut mengikuti konferensi tentang "global family studies" yang dihadiri beberapa negara yang membahas pembentukan jaringan internasional yang membahas tentang isu-isu tentang keluarga di masing-masing negara.

Kajian Rutinan
KAJIAN HADIS
Tema :
MANUSIA TERLAHIR DALAM KEADAAN FITRAH
Spesial Bersama :
Ustadz Dr.Muhammad Habibi siregar,MA
HARI JUM'AT
6 Desember 2024
MASJID AL MUHAJIRIN
Komplek Bumi Asri Medan
BA'DA MAGHRIB
s/d Selesai
Youtube :
Kirimkan Bantuan Anda Melalui
6140123000386
Mari Berikan Donasi Terbaik Anda Untuk Muallaf!!!
INSTAGRAM
INSTAGRAM
FACEBOOK
YOUTUBE

Tribun-Medan.com
Mutiara Islam
KONSEP ISLAM DALAM KULTUR ALAM DEMOKRASI
JUMAT, 29 AGUSTUS 2025 | PUKUL: 12.00 WIB
STREAMING LIVE
@Tribun Medan
@tribunmedandaily
PROF.DR.MUHAMMAD HABIBI SIREGAR, MA
GURU BESAR UIN SU MEDAN
tribun-medan.com
Tribun Medan
tribunmedan
Tribun MedanTV
tribunmedandaily

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

ISU AKTUAL KOMUNIKASI
PERSPEKTIF TAFSIR TEMATIK

Dalam menelusuri suatu peristiwa terkadang akal manusia ditantang untuk bisa mencari sebab-musababnya. Namun, terkadang pula suatu peristiwa itu hanya dipandang sebagai fenomena semata. Padahal, suatu persitiwa itu bisa dilihat dari berbagai sudut pandang atau perspektif. Semakin komprehensif perspektif yang digunakan, semakin dekat pula ke arah hasil yang obyektif. Buku ini berusaha menampilkan isu-isu aktual dalam beberapa pendekatan terutama yang terkait dengan komunikasi berbasis Islam. Selama ini pembahasan isu-isu aktual yang dihadapi masyarakat dalam konteks kekinian kurang memberi akses konektivitas gaya varian komunikasi Islam. Di sinilah diperlukan adanya upaya akademik dalam melakukan pendekatan yang lebih komprehensif dalam memahami isu-sisu yang sedang berkembang di dalam masyarakat. Buku ini bisa diasumsikan sebagai salah instrumen dalam membaca fenomena yang terjadi dalam masyarakat dilihat dalam *framing* komunikasi Islam

Atap Buku
Samail, RT 01 Bangunharjo,
Sewon, Bantul, Yogyakarta
085729572242, 085329465828
Email : atapbuku@gmail.com

ISBN 978-602-53490-1-0

9 786025 349010